

“Caffelattedrikkende åndssnobber med urbane adresser”

En analyse av bruken av begrepet “kulturelite” i norske aviser

Tone Knudsen Haarr



Masteroppgave i sosiologi
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2009

Forord

Jeg vil rette en enormt stor takk til veileder Anne Krogstad for gode råd og inspirasjon, og ikke minst for vennlighet og tålmodighet. Takk også til Torkild Hovde Lyngstad for god hjelp med tabeller og statistikk. Og sist, men absolutt ikke minst vil jeg takke familie og venner som har vært en fantastisk støtte og som har bidratt med gode ord og heiarop underveis.

Oslo, 14. mai 2009

Tone Knudsen Haarr

Sammendrag

Temaet for denne oppgaven er begrepet *kulturelite*. Ordet kulturelite forekommer stadig hyppigere i norske aviser, eksempelvis i ordskiftet i kjølvannet av utgivelsen av Magnus Marsdals bok *”FrP-koden”*, debatten som verserte rundt årsskiftet 07-08, sparket i gang av en artikkel i Dagbladet forfattet av Jon Olav Egeland, ”Landet slår sprekker” (Dagbladet 10.12.07), og generelt i debatter rundt kultur og smak. Begrepet er spesielt interessant i norsk sammenheng – sett mot et bakteppe av den norske likhetstenkningen og det utbredte idealet om folkelighet.

Nordmenn er et av verdens mest avislesende folk, og aviser er et helt sentralt element i det offentlige ordskifte. Norske aviser er derfor valgt som datagrunnlag. Den overordnede problemstillingen er som følger: *Hvordan og i hvilket omfang benyttes begrepet ”kulturelite” i norske aviser?* For å svare på problemstillingen analyseres konteksten rundt kulturelitebegrepet, og sentrale diskurser og omtaler som griper inn og bidrar til å konstruere og innholdsutfylle kulturelitebegrepet identifiseres og analyseres. Begrepet kulturelite dukker opp i de norske avisene som er inkludert i A-tekstarkivet første gang i 1983, og perioden som er valgt for analyse er derfor 1983-2008.

Som teoretisk rammeverk benyttes språk- og diskursteori og semiotikk, samt Bourdieus teorier om smak, kultur og sosialt rom og sosiale felter. I tillegg benyttes Dag Solhjells tre verdikontekster på kulturfeltet for å klassifisere og identifisere ulike tekstutdrag i konteksten rundt kulturelitebegrepet som representasjoner for disse verdikontekstene.

Tekst- og diskursanalyse er det metodiske rammeverk for oppgaven. I tillegg er det gjort en enkel opptelling av de omtaler og beskrivelser som finnes av kultureliten. Dette gir en oversikt over tendenser og tyngdepunkter i materialet, som tjener som grunnlag for den kvalitative analysen. Ulike diskurser i konteksten rundt kulturelitebegrepet identifiseres og analyseres – smaks- og livsstilsdiskurs, makt- og nettverksdiskurs, diskursen om kulturelitens forakt og arroganse, fordelings- og prioriteringsdiskurs, demokratisk diskurs, avsløringsdiskurs og nasjonal diskurs. Oppgaven inkluderer også en analyse av innlegg i

debatter rundt kunst og kultur hvor kulturelitebegrepet har en sentral stilling, samt debatten i kjølvannet av J. O. Egeland's artikkel "Landet slår sprekker".

Analysen viser at de omtaler og diskurser som finnes rundt kulturelitebegrepet innholdsmessig er preget av stabilitet og konsensus gjennom alle tre tiårene. "Myten om kultureliten" synes å være bygget opp etter mønster av Bourdieus sosiale rom, men i motsetning til i det franske samfunn viser analysen at kulturelite ikke er noen hedersbetegnelse i norsk sammenheng – begrepet fremstår snarere som et negativt ladet ord. I hele datamaterialet finnes det kun to såkalte "erklæringer om tilhørighet" – altså utsagn der avsenderen medgir å være en del av kultureliten. Kulturelitebegrepet er derfor velegnet som retorisk virkemiddel, da spesielt i debatter om kulturpolitikk – som en stråmannsgruppe som ingen vil forsvare, og som det derfor er fritt frem for å rette anklager om elitisme og folkeforakt mot. Analysen av "Egeland-debatten" tegner et bilde av "det norske" som en motsetning til kultureliten – det norske konstrueres gjennomgående som et hinder for eksistensen av en kulturelite i Norge.

I tillegg viser analysen at det over tid skjer en statistisk signifikant endring i hvordan omtalene om kultureliten fordeler seg på de forskjellige diskursene. Mens andelen omtaler som inngår i en smak- og livsstilsdiskurs relativt sett synker, øker andelen som inngår i makt- og nettverksdiskursen, diskursen om kulturelitens forakt og arroganse og fordelings- og prioriteringsdiskursen – diskurser som er mer polariserte og kritiske. Dette kan tyde på at det skjer en vridning i diskursene som griper inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet, fra en relativt sett nøytral form for diskurs til en mer negativt ladd.

Til tross for forskning som hevder at Norge ikke har noen kulturelite (f. eks. Skarpenes prosjekt "Den "legitime" kulturens moralske forankring"), i hvert fall ikke i bourdieusk forstand, viser datamaterialet at det i hvert fall *medialt* finnes en slik kategori. Hvorvidt den eksisterer "i virkeligheten" er uklart, men myten om kultureliten finnes og synes å bli stadig mer sentral i det offentlige ordskifte.

Innhold

| | |
|---|-----------|
| <i>Forord</i> | <i>1</i> |
| <i>Sammendrag</i> | <i>3</i> |
| <i>Innhold</i> | <i>5</i> |
| 1. Innledning | 8 |
| 1.1 Problemstilling | 9 |
| 1.2 Norge – om likhet, smak og elitenes kår | 11 |
| 2. Teoretisk og metodisk rammeverk | 16 |
| 2.1 Språk og diskurs | 16 |
| 2.2 Semiotikk, tegn, myter og narrativer | 20 |
| 2.3 Kultur, smak og det sosiale rommet | 25 |
| Sosiale felter | 28 |
| 3. Presentasjon av datamateriale og metode | 33 |
| 3.1 Om datamaterialet | 33 |
| 3.2 Metodisk rammeverk og fremgangsmåte | 34 |
| Kjikkvadrattest | 35 |
| 3.3 Metodiske utfordringer | 36 |
| 3.4 Kulturelitebegrepets brukshyppighet i norske aviser 1983-2008 | 37 |
| 3.5 Omtale | 38 |
| Typer av omtale | 39 |
| 4. Analyse | 43 |
| 4.1 Innledning | 43 |
| 4.2 Hvem er kultureliten? | 43 |
| Erklæringer om medlemskap i kultureliten | 47 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 4.3 | Kulturelitens smak, livsstil og verdier | 49 |
| | Smak- og livsstilsdiskurs | 53 |
| 4.4 | Makt og nettverk | 55 |
| | Makt- og nettverksdiskurs | 59 |
| 4.5 | Forakt og arroganse | 60 |
| | Diskursen om kulturelitens forakt og arroganse | 63 |
| 4.6 | Fordeling og prioritering | 64 |
| | Fordeling- og prioriteringsdiskurs | 68 |
| 4.7 | Diskursene i tall | 69 |
| 5. | <i>Kultureliten – midt i kampens hete</i> | 72 |
| 5.1 | Kampen om kulturen | 72 |
| | Keiserens nye klær | 79 |
| | Oppsummering | 81 |
| 5.2 | Debatten om kultureliten | 82 |
| | Beskrivelse av debatten | 83 |
| | Omtaler av kultureliten | 84 |
| | Nasjonal diskurs | 87 |
| | Definisjonsproblemer | 89 |
| | Oppsummering | 90 |
| 6. | <i>Funn, oppsummering og konklusjon</i> | 91 |
| 6.1 | Utviklingen i bruken av kulturelitebegrepet | 91 |
| 6.2 | Diskurser rundt kulturelitebegrepet | 92 |
| 6.3 | Myten om kultureliten | 94 |
| 6.4 | Kulturelitens eksistens og Bourdieus relevans | 97 |
| 6.5 | “Folkelighetshegemoniet” | 98 |
| 6.6 | Politiske implikasjoner | 99 |
| | <i>Litteratur</i> | 101 |

| | |
|--|------------|
| <i>Vedlegg 1: Liste over avisartikler</i> | <i>104</i> |
| <i>Vedlegg 2: Oversikt over omtaler, etter tiår, med prosentuering</i> | <i>107</i> |
| <i>Vedlegg 3: Detaljert oversikt over omtaler, etter tiår</i> | <i>108</i> |
| <i>Vedlegg 4: Tabell over forventede verdier</i> | <i>111</i> |

1. Innledning

Utgangspunktet for oppgaven er begrepet *kulturelite*. Min interesse for begrepet ble i første omgang vekket da jeg som telefonintervjuer i MMI deltok i utførelsen av en undersøkelse som ble gjennomført blant stavangerregionens befolkning i 2006. Undersøkelsen handlet om holdninger og kjennskap til Stavanger som kulturby 2008, og et av spørsmålene i undersøkelsen lød: *Ta stilling til dette utsagnet: Dette angår ikke meg, det er en sak for kultureliten*. Slik spørsmålet er stilt, tar man altså som utgangspunkt at den intervjuede har en slags forestilling av hva eller hvem kultureliten er. Man går også ut fra at ingen av de intervjuede definerer seg selv som del av kultureliten – i så fall blir spørsmålet nemlig umulig å svare på. Under utføringen av undersøkelsen støtte jeg ikke på en eneste person som hadde problemer med å besvare spørsmålet. Den senere tid har begrepet i økende grad blitt benyttet i det offentlige ordskifte, og det har også hatt en sentral plass i flere debatter – for eksempel i forbindelse med utgivelsen av Magnus Marsdals ”*FrP-koden*”, debatter rundt bøkene til for eksempel Anne B. Ragde, Frid Ingulstad og Margit Sandemo, samt i en debatt rundt årsskiftet 07-08, sparket i gang av en artikkel i Dagbladet forfattet av Jon Olav Egeland, ”Landet slår sprekker.”¹

Kulturelitebegrepet er spesielt interessant sett i en norsk kontekst. Det norske samfunnet omtales gjerne som egalitært, og det eksisterer en utbredt tankegang om likhet og folkelighet som sentrale verdier. Men et begrep som kulturelite uttrykker forskjeller – noen er innenfor og andre utenfor, det finnes et sosialt hierarki der noen er høyere plassert enn andre. Begreper som kulturelite verken oppstår eller benyttes i et vakuum – de er sosiale, gjennom måten de forhandles om og endres over tid gjennom store og små diskurser. Både ”kultur” og ”elite” er sosiologisk sentrale begreper, og kulturelitebegrepet er distingverende, polariserende og ekskluderende. Begrepet griper inn i spørsmål om klasse og stratifisering, smak, makt og avmakt, i politiske spørsmål og i spørsmål om hvem som har makt til å

¹ Dagbladet, 10.12.2007

definere – sentrale sosiale spørsmål som gjør begrepet til et interessant sosiologisk studieobjekt. På denne måten kan en analyse av kulturelitebegrepet fortelle noe om det bredere samfunnet og gi innblikk i hvordan det tenkes og snakkes rundt temaer som for eksempel smak og kultur.

Tittelen på oppgaven, ”Caffelattedrikkende åndssnobber med urbane adresser”, er en beskrivelse av kultureliten, hentet fra en artikkel i Bergens Tidende.² Tittelen er valgt fordi den er representativ for hvordan kultureliten gjerne omtales: Kulturelite fremstår i liten grad som noen hedersbetegnelse i norske aviser, men er gjerne gjenstand for latterliggjøring eller ironisering.

1.1 Problemstilling

Den overordnede problemstilling for oppgaven er

Hvordan og i hvilket omfang benyttes begrepet ”kulturelite” i norske aviser i perioden 1983-2008³?

Under dette går en rekke spørsmål som jeg er interessert i å få svar på:

- Hvordan utvikler bruken av begrepet seg over tid, kvantitativt og kvalitativt?
- Hvilke diskurser kan identifiseres rundt kulturelitebegrepet, og hvordan griper de inn og bidrar til å konstruere og innholdsutfylle begrepet?
- Hvordan bygges ”myten om kultureliten” opp, og hvilke konsekvenser og retorisk potensial har den?
- Hvordan griper Bourdieus teorier om smak og kultur norske forhold? Stemmer ”kartet med terrenget” eller er det, som flere hevder, stor forskjell på norske og franske forhold på dette feltet?

² Bergens Tidende, 14.05.2007. Sitatet er opprinnelig på nynorsk, men jeg har valgt å ”oversette” det, ettersom jeg selv skriver bokmål.

³ Kulturelitebegrepet dukker først opp i de norske avisene som er inkludert i A-tekstarkivet i 1983

- Hva kan bruken av kulturelitebegrepet fortelle om det norske samfunnet, om diskusjoner, verdier og normer når det gjelder smak og kultur?

Jeg vil forsøke å besvare spørsmålene i problemstillingen gjennom å analysere konteksten rundt kulturelitebegrepet – det vil si tekster der begrepet brukes og som i så måte bidrar til å konstruere det. Arbeidsmåten er i hovedsak kvalitativ, men jeg har også gjort noen enkle opptellinger for å undersøke eventuelle tendenser og tyngdepunkter i materialet. Det kvantitative materialet innebærer en statistisk fremstilling av antall treff i A-tekstarkivet på frasen *kulturelit**⁴ år for år, fra begrepet første gang dukket opp i 1983 og frem til 2008. I tillegg har jeg gjort en opptelling og kategorisering av de beskrivelser eller typer av omtale som finnes, inndelt i årtier. Jeg har også gjort en kjikvadrattest for å undersøke hvorvidt forskjellen mellom 1980-, 1990- og 2000-tallet når det gjelder fordeling av omtaler som inngår i forskjellige former for diskurs er statistisk signifikant.

Analysen foregår på to nivåer, i håp om å bringe frem så mye kunnskap som mulig. For det første gjør jeg en analyse av de mest sentrale beskrivelser av kultureliten, typer av omtale som representerer kultureliten på en spesifikk måte og på den måten bidrar til å knytte begrepet til spesielle typer diskurs. For det andre går jeg inn i debatter rundt kultur og kulturpolitikk, og beskriver kulturelitebegrepets rolle i disse debattene. I tillegg analyserer jeg en debatt der kultureliten står i sentrum, nemlig debatten som startet med Jon Olav Egelands artikkel ”Landet slår sprekker”⁵. Denne debatten er den mest helhetlige og omfangsrike debatten rundt kulturelitebegrepet som finnes i materialet, og er en god illustrasjon på hvordan begrepet brukes i en kontekst, og hvordan det står i forhold til andre begreper og fenomener i det offentlige ordskifte.

Det gjennomgående fokus i oppgaven er altså hvordan kulturelitebegrepet konstrueres gjennom de tekstene der det forekommer, hvordan myten om kultureliten bygges opp, gjennom at begrepet ved hjelp av forskjellige omtaler som til sammen utgjør diskurser, får knyttet et knippe konnotasjoner til seg.

⁴ Søk på *kulturelit** sikrer at fraser som kulturelite, kulturelitens, kulturelitisme et cetera fanges opp

⁵ Dagbladet 10.12.2007

Det teoretiske hovedrammeverk for oppgaven er språk- og diskursteori, supplert med elementer fra semiotikken. I tillegg benytter jeg Bourdieus teorier om kultur, smak, og sosiale felter, samt Dag Solhjells teorier rundt de tre verdigrunnlag på kulturfeltet. Jeg vil gå grundigere inn på valg av og begrunnelse for oppgavens teoretiske rammeverk i kapittel 2.

1.2 Norge – om likhet, smak og elitesnes kår

Fenomenet kulturelite er spesielt interessant i et land som Norge, hvor det hersker en utbredt oppfatning om at likhet er en viktig kulturell verdi – man snakker gjerne om den norske likhetstenkningen, om jantelov og egalitet (Gullestad 2001:12). Fenomenet som Henningsen (2001:126) beskriver som en *offentlighetskultur*, som innebærer en tankegang som langt på vei benekter eksistensen av naturlige hierarkier, har historiske røtter. Det norske bondesamfunnet har tradisjonelt sett vært mer preget av autonomi enn tendensen har vært ellers i Europa. Gjennom moderniserings- og demokratiseringsprosessene på 1800- og 1900-tallet hadde Norge en forholdsvis splittet og svak elite, lite etablert som overklasse, og en tilsvarende lite etablert høykultur. Disse prosessene hadde derimot i stor grad sine drivkrefter i bevegelser med tyngdepunkt i de lavere lag av befolkningen og i utkanten – anti-sentralistiske og egalitært pregede sammenslutninger som arbeiderbevegelsen, den lavkirkelige bevegelsen eller målsaken. Derfor har modernitetsprosessen i Norge i større grad enn i andre land vært preget av folkelige koder og interesser, og ikke så mye av elites verdier og verdensbilde. I nyere tid har en jevn spredning av kulturmidler utover hele landet, i tråd med ”det utvidede kulturbegrep” – vokst frem fra et ønske om å demokratisere kulturen og favne både folkelig og borgerlig kultur – bidratt til en demping av høykulturens innvirkning (Vike et al. 2001:20-22; Ytreberg 2004:9).

Henningsen (2001:126) hevder at elitesnes skjøre maktposisjon i Norge har ført til at disse ikke har maktet å gjøre seg autonome i moralsk forstand, slik det i større grad har skjedd i andre land. En slik autonomi innebærer en underforstått aksept for at lokalsamfunnets og hverdagslivets moral har en begrenset gyldighet som eliten er unntatt fra – elitene forventes

ikke å være like ”folk flest” eller å forholde seg til deres standarder. I Norge har ikke elitene kunnet befri seg fra folkelige moraloppfatninger, og disse moraloppfatningene inkluderer den norske likhetstanken. Slik fremstår likhet som en naturlig tilstand, mens forskjeller og hierarki oppfattes som truende, som uorden (Henningsen 2001:126). I følge Vike (2001:22-23) finnes det i Norge en *folkelig kode* som ikke så lett kan settes til side. Man skal være ”lik”, og denne normen gjør det vanskelig for folk med elitestatus å etablere overlegen status i sosial samhandling.

Den norske likhetstanken og omfavnelsen av det folkelige medfører at det norske samfunnet preges av en form for moralsk kodeks med opphav i folkelige interesser, noe som blant annet virker inn på hvordan politisk kommunikasjon foregår. En politikers mulighet til å nå ut til folk avhenger ikke bare av ”kraften i det bedre argument”, men også av hans eller hennes personlige troverdighet – en troverdighet som i stor grad avhenger av om man evner å fremstå som folkelig (Henningsen 2001:126; Vike et al. 2001:22-23). Marsdal (2007:173) trekker også frem at i Norge er folkelig et positivt ladet ord, for folk flest.

Eksistensen av likhet som kulturell verdi kommer kanskje i særlig grad til uttrykk på smaks- og kulturfeltet. Ytreberg (2004:7) beskriver Norge som ”landet der høy og lav status er marginalisert, og der middelkulturen har nådd dominant status”. Ytreberg hevder at middelkulturen i Norge skiller seg ut fra middelkulturen for eksempel i Bourdieus Frankrike: Middelkulturen i bourdieusk forstand er strebende og engstelig, mens den norske middelkulturen har flertallet med seg, den er sterk og selvbevisst, i tillegg til å være tilstrebet inkluderende, egalitær og folkelig. I tillegg har den norske middelkulturen ikke den samme ”berøringsangst” for det lave: Skillelinjen synes heller å gå midt i populærkulturen, som skilles i en legitimerbar og en ikke-legitimerbar del. Ytreberg nevner den typen musikk som i hovedsak selges på bensinstasjoner som eksempel på det siste (Ytreberg 2004).

Et tett beslektet tema utforskes i et forskningsprosjekt utført av Ove Skarpenes. Skarpenes (2007) hevder at tanken om kultur som sosial grensedragningsmekanisme har blitt så vanlig i sosiologiske arbeider at den fungerer nærmest som en selvfølge, som *doxa*, og Skarpenes’ prosjekt hadde som målsetting å undersøke hvorvidt dette stemmer. Hovedfunnene fra undersøkelsen presenteres i artikkelen ”Den ”legitime” kulturens moralske forankring” (2007). Funnene er basert på dybdeintervjuer av 113 høyt utdannede personer, med spørsmål

rundt smak og kultur. Resultatene fra undersøkelsen stemmer godt overens med Ytrebergs påstand om at Norge domineres av middelkultur; i følge Skarpenes viser dataene at det typiske i den norske kulturen er å foretrekke underholdningskultur. Dette gjelder også blant den såkalte eliten, noe som gir støtte til en teori om at det ikke finnes noen legitim kultur knyttet til dannelsen i Norge. Funnene peker altså i retning av at Bourdieus teorier om det franske borgerskapet – at den som behersker den legitime dannelseskulturen kan bruke denne for å distingvere seg fra andre grupper, og således legitimere og reproducere sin makt og posisjon – passer dårlig som beskrivelse av det norske samfunnet.

Informantene i Skarpenes' arbeid ble blant annet bedt om å rangere visse kulturuttrykk og forfattere, for eksempel Dag Solstad i forhold til Anne Holt. I følge Skarpenes benyttet ikke informantene i denne situasjonen faglig kunnskap, kvalitetskriterier eller lignende for å vurdere de aktuelle kulturuttrykk. Derimot reagerte flere med indignasjon overfor tanken på at ”det liksom var vedtatt at Kjartan Fløgstad var bedre enn Unni Lindell”. Det var en gjennomgående tendens til at informantene mente at det er udemokratisk, arrogant, nedlatende, respektløst og stakkarslig å hevde at noe er bedre enn noe annet. Skarpenes trekker den konklusjon at å felle kulturelle dommer likestilles med det å felle moralske dommer. Svært mange mente at det er viktig å ikke skille seg ut, og informantene gikk langt i å fremstille sin smak som gjennomsnittlig. Informantene ga også uttrykk for generelt negative holdninger til det å være intellektuell, og Skarpenes konkluderer med at det som finnes av elitekultur i Norge er gjenstand for sanksjonering (Skarpenes 2007).

Skogen, Stefansen, Krange og Strandbu (2008) mener Skarpenes' prosjekt har teoretiske, begrepsmessige og analytiske svakheter. Blant annet hevder de at han benytter et for smalt kulturbegrep, og at han legger opp til ”(...) *en analyse der svaret er nesten gitt – hvis middelklasse mennesker ikke erkjenner eller er seg bevisst at de driver med distinksjonsarbeid knyttet til kultur (...), ja, så driver de rett og slett ikke med kulturelle grensedragninger*”(Skogen et al. 2008:261). Det vil si at analysen i for stor grad har overtatt den verdensanskuelsen informantene presenterer – at de i for stor grad lar informantenes utlegninger styre tolkningen. Hvis dette stemmer, kan det tyde på tilstedeværelsen av en slags norm for selvrepresentasjon – altså en kulturell kode som legger føringer på hvordan man

fremstiller sin smak og sine kulturelle verdsettingsrepertoarer – noe som tross eventuelle svakheter ved Skarpenes' undersøkelse gjør resultatene interessante.

Mitt grunnleggende inntrykk er at en slik norm finnes i det norske samfunnet, og at dens eksistens skaper grunnlaget for mye av smaksfeltets politiske og retoriske potensial. Dette innebærer altså at offentlige personer mer eller mindre bevisst spiller på den norske normen om likhet og folkelighet for å score politiske poeng. Denne samme type tankegang kommer til uttrykk blant annet i Thomas Franks *What's the matter with America?* (Frank 2006), til tross for at Frank tar for seg det amerikanske samfunnet. Franks utgangspunkt er å forklare hvorfor fattige arbeidsfolk stemmer republikansk, når det er Demokratene som tradisjonelt sett er de fattiges parti, mens Republikanerne når de er i posisjon gang på gang ødelegger for arbeiderklassen ved å bygge ned velferdsstaten og kutte lønninger (Frank 2006:6). Frank finner forklaringen i en systematisk nedtoning av økonomisk politikk til fordel for verdipolitikk, en mekanisme han kaller "Values matter most". Gjennom å spille på smak og konsum bygges det opp under et bilde av et USA som befinner seg i en konstant "kvasiborgerkrig" mellom "Red America" (høyresida) og "Blue America" (venstresida) (Frank 2006:13), der "de blå" er ironiske, pretensiøse, snobbete marxister og "show offs", som er indoktrinerte ved europeiske universiteter. De kjører Volvo, drikker Kaffe latte og spiser importert ost, mens "de røde" er det autentiske Amerika – upretensiøse, hederlige arbeidsskarene, opptatt av tradisjoner, ydmyke, lojale, moralske og gudfryktige (Frank 2006:20-23).

Magnus Marsdals *FrP-koden* (2007) målbærer samme tankegang. Marsdals målsetting med boka var å forklare Fremskrittspartiets fremgang blant arbeidsfolk. Han undret seg over hvordan så mange kan stemme på et parti som står for en politikk som i stor grad er stikk i strid med deres egne interesser, blant annet gjennom partiets målsettinger om å bygge ned fagbevegelsen og folks rettigheter på arbeidsplassen, samt en skattepolitikk som innebærer at lavtlønte og folk flest vil måtte bære en større andel av skattebyrden, mens de rike vil slippe unna med en mindre andel (Marsdal 2007:267-272). Mye av forklaringen, hevder Marsdal, er knyttet til nettopp den norske kulturens sterkt egalitære og folkelige preg, og til elitisme som "dødssynd". Sentrum-/venstre- og kultureliten opptrer som Fremskrittspartiets nyttige idioter - deres arroganse overfor og forakt for "vanlige arbeidsfolk", for deres verdier og livsstil –

mangelen på ”*respekt for Grandiosa*” – driver folk rett i armene på Siv Jensen (Marsdal 2007:150 og 179). Marsdal hevder at høyrepopulismens velgere i arbeiderklassen ofte er venstreorienterte i spørsmål om fordeling og økonomisk makt, altså klassiske ”klassespørsmål”, mens de er høyreorienterte i ”verdispørsmål”. Høyrepopulister som Fremskrittspartiet er derfor tjent med at klassespørsmål tones ned, mens verdispørsmål gjøres til sentrale temaer for politisk debatt. Gjennom å fokusere på verdier fremfor økonomi, på smak og kultur fremfor arbeiderrettigheter og i så måte lede an i ”*en harmdirrende protest mot ”eliten”*”(Marsdal 2007:282), lykkes FrP i stor grad med å skape et retorisk og politisk nyttig skille mellom ”oss” og ”dem”, mellom ”eliten” og ”folk flest”.

Bidragene til Henningsen, Vike et al, Skarpenes og Ytreberg går langt i retning av å avskrive at det i det hele tatt eksisterer noen kulturelite i Norge, og hvis den eksisterer er den et heller marginalt fenomen, verken sterk eller innflytelsesrik, og uten den autoritet man normalt forbinder med begrepet ”elite”. Samtidig peker både Marsdals bruk av kulturelitebegrepet som et helt sentralt element i ”løsningen på Frp-koden”, samt den stadig økende bruken av begrepet i det offentlige ordskifte som mitt materiale viser mot at kultureliten i hvert fall eksisterer som et tekstlig og medialt fenomen, en språklig konstruksjon som, i kraft av sin ”ufolkelighet”, har politisk og retorisk potensial. Derfor mener jeg det er interessant å undersøke kulturelitebegrepet i og som tekst, og dette gjør diskurs- og tekstanalyse til et velegnet rammeverk for en studie av den norske kultureliten. Dette skal jeg komme nærmere inn på i neste kapittel.

2. Teoretisk og metodisk rammeverk

I dette kapittelet presenteres det teoretiske og metodiske rammeverk for oppgaven, valgt på bakgrunn av oppgavens problemstilling. Årsaken til at teori og metode presenteres samlet er bruken av diskursanalyse. I diskursanalyse går teori og metode i stor grad inn i hverandre, og jeg anser det derfor som vanskelig og ikke nødvendigvis fruktbart å skille disse fra hverandre. Den rent praktiske fremgangsmåte og metode jeg har benyttet i oppgaven vil presenteres i kapittel 3.

Jeg starter med å presentere grunnleggende perspektiver og teori rundt språk og diskurs, med teoretiske bidrag fra blant annet Fairclough, Foucault og Laclau og Mouffe, før jeg tar for meg teori om semiotikk, myter og narrativer. Deretter vil jeg presentere Bourdieus teorier om kultur, smak og det sosiale rommet, og til sist i kapittelet går jeg inn på Bourdieus teorier om de sosiale felter, samt Solhjells teorier om de tre verdigrunnlag på kulturfeltet.

2.1 *Språk og diskurs*

Som nevnt i forrige kapittel, er det mye som tyder på at kultureliten i Norge i stor grad er et tekstlig fenomen. Jeg er interessert i å studere hvordan begrepet kulturelite bygges opp gjennom tekst og gjennom å settes inn i forskjellige diskurser, og dette er årsaken til at jeg mener diskursanalyse er et velegnet teoretisk og metodisk rammeverk.

En viktig premiss for diskursanalyse er et syn på språket som noe mer enn et speilbilde eller rene representasjoner av sosiale realiteter, som konstituerende og konstruerende for identitet, sosiale relasjoner og sosialt liv. Målet med diskursanalyse er å studere hvordan virkeligheten fremstilles, og hvilke sosiale konsekvenser det får. Gjennom å fremstille virkeligheten på en måte fremfor en annen, konstitueres fenomener og objekter på bestemte måter – diskursen er konstitutiv for det sosiale. Diskursanalysen hviler altså på en anerkjennelse av språkets viktighet for sosialt liv (Jørgensen og Phillips 1999:17-18; Phillips og Hardy 2002:12). I så måte blir studier av språk og tekster en viktig del av sosiologien. Synet på mening som konstruert gjennom språk kalles konstruksjonistisk (eller konstruktivistisk) og står i kontrast

til teoretiske rammeverk som *det avspeilende* (reflective på engelsk), som forstår språk som direkte refleksjon av allerede eksisterende mening, og *det intensjonelle*, som forstår språk som direkte uttrykk for hva taleren ønsker å si (Hall 1997:15).

Diskursanalyse setter teksten (i vid forstand – det kan gjerne dreie seg om et TV-program, en webside eller noe annet) i sentrum; man søker å analysere hvordan tekster konstituerer en objektiv virkelighet ”der ute” (Silverman 2006:224). Foucault hevder at det aldri er mulig å nå frem til ”Sannheten”, fordi man aldri kan tale fra en posisjon utenfor diskursene og representasjonene (Jørgensen og Phillips 1999:23-24). Sannhetseffekter skapes innenfor diskurser, og sannhet er i følge Foucault innleiret i og produsert av maktsystemer. Poenget med å analysere diskurser er derfor å fokusere på hvordan sannhetseffekter skapes innenfor diskurser. Fokus er altså ikke på hvorvidt teksten inneholder falske eller sanne utsagn, men på måter å snakke om og forstå et tema på. Widerberg (2005:138) definerer diskurs som en type metasamtale som inneholder ”struktureerte overbevisninger, rasjonaliseringer, logikker og kunnskapsformer alle i et samfunn forholder seg til når de fatter beslutninger, argumenterer og prioriterer”. Vi forstår et objekt, en hendelse, en person eller praksis fordi denne er plassert innenfor den diskursive orden, og gjennom diskurser skapes mening og kunnskap, roller og posisjoner.

Begrepet diskurs er vanskelig å få tak på, og det benyttes på forskjellige måter. Foucault benytter begrepet

(...) sometimes as the general domain of all statements, sometimes as an individualizable group of statements, and sometimes as a regulated practice that accounts for a number of statements (i Fairclough 2003:123).

Diskurser kan også tenkes på enten som noe som representerer en spesiell del av verden, eller som at de representerer en del av verden fra et spesielt perspektiv. Forskjellige diskurser assosieres med de forskjellige relasjoner folk har til verden, som igjen avhenger av deres posisjon i verden, deres sosiale og personlige identiteter, og deres forhold til andre mennesker. Diskurser er ikke en ren representasjon av verden ”som den er”, men representasjoner av mulige verdener, knyttet til prosjekter om å endre verden i den ene eller andre retning (Fairclough 2003:124-129). Jeg forstår og benytter begrepet hovedsaklig som

en bestemt måte å representere, snakke om og forstå verden (eller et utsnitt av verden) på, som gir betydning til opplevelser ut fra et bestemt perspektiv, eller som en relativt entydig fastleggelse av betydning innenfor et bestemt område (Fairclough 2003:124; Jørgensen og Phillips 1999:9 og 79).

Diskurser er både bindende og mulighetsskapende. De er ressurser folk trekker på når de forholder seg til hverandre – for å skape avstand eller nærhet, samarbeide eller konkurrere (Fairclough 2003:124). Gjennom diskurser posisjonerer man seg og gir et bilde av seg selv i forhold til noe eller noen (Widerberg 2005:138). Vi trekker strategisk på diskurser, men våre muligheter til å handle strategisk blir samtidig begrenset av diskursene rundt våre handlinger og de komplekse sosiale prosesser som går forut for dem (Phillips og Hardy 2002:2).

Samtidig er diskurser nært knyttet til makt, ulikhetsrelasjoner, hegemoni og ideologi, noe som er hovedfokus spesielt innen kritisk diskursanalyse. Hegemonibegrepet er sentralt i den tradisjonen av marxisme som assosieres med Antonio Gramsci. Gramsci (1994) definerer hegemoni som kulturelt lederskap som utøves av en herskende klasse. Dette perspektivet fokuserer på hvordan maktforhold ikke opprettholdes ved bruk av vold og makt alene, men også er avhengig av en form for samtykke og ideologi. Ideologi, i Faircloughs terminologi, er representasjoner av verden som bidrar til å skape og opprettholde maktrelasjoner (Fairclough 2003:218). Diskurs er et viktig aspekt ved hegemoni – diskursive kamper, kamper om å fremme og naturalisere et visst verdensbilde og en viss type representasjoner, er et sentralt aspekt ved hegemonisk kamp (Fairclough 2003:45 og 218). Fokus i kritisk diskursanalyse er altså både på hvordan diskursive praksiser konstruerer verdensbilder, sosiale relasjoner og maktforhold, samt på hvordan disse diskursive konstruksjonene fremmer visse sosiale gruppers interesser (Jørgensen og Phillips 1999:75). Et grunnlag for kritisk diskursanalyse er det Richardson (2007:23-25) kaller *den funksjonalistiske definisjonen*, som hevder at diskurs bør studeres som *språk i bruk*. Språket er aktivt, og diskursanalytikere bør studere hva sosiale aktører *gjør* med språk, hvordan språk brukes i spesielle situasjoner og kontekster, og hvordan dette knytter an til videre sosiopolitisk, kulturell og historisk kontekst. Dette er en relativt bred definisjon, som jeg mener er en nyttig innfallsvinkel til hvordan tekstene bør analyseres.

Analyse av diskurs bør i følge Fairclough (i Jørgensen og Phillips 1999:79) fokusere på to dimensjoner. Den første dimensjonen er *den kommunikative begivenhet*, som innebærer et tilfelle av språkbruk – for eksempel en avisartikkel, et intervju eller en tale. Den andre dimensjonen er *diskursorden*, et sosialt rom hvor et avgrenset antall diskurser kjemper i og delvis dekker det samme terreng eller domene, som de konkurrerer om å innholdsutfylle på sin måte. Diskursordenen er altså en felles plattform for forskjellige diskurser, mens diskursene er de mer entydige betydningsmønstre innenfor diskursordenen (Jørgensen og Phillips 1999:30, 69 og 150). Ethvert tilfelle av språkbruk er altså en kommunikativ begivenhet, som har tre dimensjoner: Den er en tekst (i vid forstand – tale, skrift eller bilde), en diskursiv praksis (dette innebærer produksjon og konsumpsjon av tekster) samt en sosial praksis (Jørgensen og Phillips 1999:80-81). Faircloughs variant av diskursanalyse kalles kritisk diskursanalyse, og har som formål å studere forholdet mellom språkbruk og sosial praksis, med fokus på diskursive praksisers rolle i opprettholdelse eller endring av den sosiale orden. Den kommunikative begivenhet skal analyseres som en del av diskursordenen, enten den utfordrer eller reproducerer denne. Gjennom dens forhold til diskursordenen både former og formes den kommunikative begivenhet av den bredere sosiale praksis (Jørgensen og Phillips 1999:82-83). Fairclough hevder at diskursanalysen ikke er tilstrekkelig for å analysere den bredere sosiale praksis, fordi sosial praksis har både diskursive og ikke-diskursive elementer. Diskursanalysen må av den grunn suppleres med for eksempel sosiologisk teori (i Jørgensen og Phillips 1999:82). Dette er en av årsakene til at jeg også benytter blant annet Bourdieus teorier om smak og klasse, noe jeg vil presentere nærmere senere.

Oppgavens metodiske rammeverk er i hovedsak basert på Faircloughs kritiske diskursanalyse, men henter også elementer fra Laclau og Mouffes diskursteori. Begrunnelsen for dette er at forskjellige perspektiver griper materialet på forskjellige måter, og derfor kan bidra til en bredere forståelse og innsikt (Jørgensen og Phillips 1999:12). Tilgangene har visse forskjeller; blant annet opererer Fairclough med et skille mellom diskursiv praksis og annen sosial praksis, mens Laclau og Mouffes diskursteori ikke skiller mellom disse (Jørgensen og Phillips 1999:29). Jeg mener likevel teoriene, slik jeg benytter dem, heller utfyller enn motsier hverandre. Laclau og Mouffes teoretiske bidrag består hovedsaklig av

deres begreper *flytende betegnere* og *nodalpunkter*. Flytende betegnere er språklige elementer som i særlig høy grad er åpne for betydningstilskrivning, og som forskjellige diskurser kjemper om å innholdsutfylle på sin måte, for deretter å ”fryse”, det vil si å gjøre entydig. Kulturelitebegrepet kan sies å være et godt eksempel på en flytende betegnere. Nodalpunkter er privilegerte tegn som andre tegn ordnes omkring og får sin betydning i forhold til. Eksempel på nodalpunkter kan være ”demokrati” eller ”folket”. Nodalpunkter er flytende betegnere, men nodalpunktbegrepet henviser til et krystalliseringspunkt i en enkelt diskurs, mens begrepet flytende betegnere viser til den kamp om viktige tegn som foregår mellom diskurser (i Jørgensen og Phillips 1999:37).

2.2 Semiotikk, tegn, myter og narrativer

Det er tre hovedårsaker til at jeg presenterer semiotikk såpass utfyllende som jeg gjør. For det første benytter jeg flere semiotiske begreper i analysen. For det andre er semiotikken et viktig teoretisk fundament for diskursanalyse. For det tredje har Saussures teorier hatt innflytelse på Bourdieus arbeider, som er en viktig del av mitt teoretiske rammeverk, og som jeg kommer nærmere inn på i avsnitt 2.3.

Semiotikken vokste frem på begynnelsen av 1900-tallet, og er særlig utviklet av Ferdinand de Saussure og Charles Saunders Peirce. Semiotikk er læren om tegn, hvordan tegn får mening og forholder seg til andre tegn for å skape og ekskludere mening. Fokus er på å avdekke det ubevisste og konvensjonelle som ligger innebygd i all kommunikasjon, de underliggende kulturelle, kollektive kodene som bestemmer hvordan vi tolker utsagn, og i så måte er semiotikk et viktig verktøy for å studere for eksempel politisk retorikk (Heradstveit og Bjørge 1987:21 og 140; Silverman 2006:249).

Semiotikk er altså læren om tegn. Den grunnleggende definisjonen på et tegn er *noe som står for noe annet enn seg selv, og som produserer mening* (Heradstveit og Bjørge 1987:21; Thwaites et al. 2002). I saussuresk forstand er et tegn en korrelasjon mellom et uttrykk – *signifikant* (*signifiant* på fransk) og et innhold – *signifikat* (*signifié*). *Signifikant* er det

fysiske uttrykket, mens *signifikat* er det mentale begrepet eller ideen som uttrykket refererer til. Sammenhengen mellom uttrykk og innhold er *arbitrær*, eller vilkårlig, hvilket vil si at det ikke finnes noen naturlig sammenheng mellom signifikat og signifikant – denne er skapt gjennom sosiale konvensjoner, altså gjennom en enighet om hva et tegn betyr og hvordan det skal brukes. Disse konvensjonene, som gjør oss i stand til å koble sammen et uttrykk med et innhold og dermed gi tegnet mening, kalles en kode. Saussures analytiske utgangspunkt er at språkets betydning skapes gjennom lydenes, ordenes eller tegnenes relasjon til andre lyder, ord eller tegn. Tegn er altså ikke autonome, men henter sin plass og sin betydning i språket fra deres plassering i et tegnsystem, altså fra deres distinktive opposisjon til eller forskjellighet fra andre tegn (Østerberg i Bourdieu 1995:22-23; Heradstveit og Bjørge 1987:23; Silverman 2006:250).

Et *symbol* er en form for tegn, nærmere bestemt "(...) gjenstandar, handlingar, relasjonar eller språklige formasjonar som står tvetydig for eit mangfold av meining, som kallar fram kjensler og driv folk til handling" (Heradstveit og Bjørge 1987:85-88). Over tid har symbolets denotative grunnbetydning mer eller mindre forsvunnet, og konnotasjonene har blitt så kraftige at de nærmest har overtatt symbolets mening.

Den franske sosialantropologen Claude Lévi-Strauss var sterkt inspirert av Saussures tenkemåte. Lévi-Strauss var opptatt av strukturene i samfunnet og deres tendens til å reproduseres. Bourdieu var elev av Lévi-Strauss, og ble på denne måten opplært i den strukturalistiske tenkemåte, hvor man i stedet for å fokusere på enkeltaktørers følelser og hensikter i studiet av samfunnet, går rett til strukturen (Østerberg i Bourdieu 1995:22). Bourdieu avviste og kritiserte flere av Saussures ideer, men han inkorporerte også flere av dem i sine egne teorier (Schinkel og Tacq 2004:66). Viktigst er kanskje *distinksjonsbegrepet*, altså tanken om at tegn henter sin mening fra sin distingverhet fra andre tegn, som altså er avledet av strukturalistisk tankegang. Nettopp dette relasjonelle aspektet er helt sentralt i Bourdieus logikk; livsstiler, i bourdieusk forstand, er arbitrære tegn – det er intet naturgitt i tegnene som gir dem mening, bare distinksjonene mellom dem (Schinkel og Tacq 2004:51 og 64). Saussures bidrag til Bourdieus arbeid er et metodologisk apparat som kan brukes til å analysere forskjellige handlinger i samfunnet i relasjon til hverandre nettopp på grunn av

deres forskjellighet fra hverandre, og en avvising av iboende, naturlig verdi og mening (Schinkel og Tacq 2004:67).

To viktige semiotiske begreper er *denotasjon* og *konnotasjon*. Et tegns denotasjon er gjerne definert som dets grunnbetydning, den leksikalske, stabile og bokstavelige betydningen. Definisjonen på denotasjon innen saussuresk tradisjon er at den beskriver *korrelasjonen mellom uttrykk og innhold innen tegnet*. Et tegns denotasjon skapes gjennom en *naturaliseringsprosess*, og er i følge Barthes ”den siste konnotasjon” (i Thwaites et al. 2002:65). Ettersom forholdet mellom signifikant og signifikat er arbitrært, er det ingenting i tegnet selv som knytter en gitt signifikant til én signifikat. Et tegns konnotasjoner er *alle tegnets mulige signifikater*, tegnets *tilleggsbetydninger*, eller assosiasjoner som oppstår i møtet mellom et tegn og mottakerens kulturelle foresetninger og verdier. Til tross for at et tegn kan ha mange konnotasjoner, er det ikke snakk om individuelle preferanser og assosiasjoner; konnotasjoner er delte og sosiale, og ens konnotasjoner avhenger av hvilke kulturelle koder en har tilgang på (Heradstveit og Bjørge 1987:39; Thwaites et al. 2002:60).

Konnotasjonsbegrepet er mer eller mindre synonymt med Roland Barthes begrep *myte*. Myte er, i følge Barthes, et semiologisk system av andre orden (Barthes 2000:114). Det vil si at gjennom samme type prosess som et innhold og et uttrykk kombineres og skaper et meningsfylt tegn, kan dette tegnet igjen kombineres med assosiasjoner på et nytt nivå – kulturelle assosiasjoner eller *myte*. Ved hjelp av mytebegrepet viser Barthes hvordan et hvilket som helst fenomen, objekt eller begrep i teorien kan knyttes sammen med hvilket som helst sett av signifikater, fordi forholdet mellom et fenomen eller et objekt og en myte er arbitrært, historisk og kulturelt produsert (Barthes 2000:; Heradstveit og Bjørge 1987:43; Potter 1996:71). Et viktig poeng er at en myte ikke nødvendigvis er usann, det er ofte heller snakk om en forenkling (Thwaites et al. 2002:67). En slik forenkling er *binære opposisjoner*. To begreper er i binær opposisjon når de henger sammen gjennom en kvalitet som er til stede i det ene, men ikke det andre begrepet. Eksempelvis er *lys* og *mørk* en slik binær opposisjon, basert på tilstedeværelse eller fravær av lys. I følge Thwaites kan man ikke snakke om en binær opposisjon hvis det ikke er slik at de to elementene kan rangeres i et over-/underordningsforhold. Det vil si at man ikke kan si at for eksempel ”folket” og

”kultureliten” er binære opposisjoner, med mindre det ene i en gitt kontekst eller diskurs er overordnet det andre.

Mytebegrepet kan sees i forhold til Laclau og Mouffes begrep om flytende betegner og nodalpunkter, som jeg har beskrevet i avsnitt 2.1. Forskjellige diskurser kjemper om å tilskrive mening til og innholdsutfylle de flytende betegnerne. Nodalpunktbegrepet beskriver krystalliseringspunktet, der to eller flere språklige elementer innad i en diskurs ”fryses” i et visst forhold til hverandre. Dette stemmer godt med det Barthes beskriver som en av funksjonene av myter, nemlig en radikal forenkling og fastlegging av forholdet mellom forskjellige elementer i et tegnsystem (Thwaites et al. 2002:67). Et eksempel fra mitt materiale er hvordan kulturelitebegrepet gjennom forskjellige diskurser settes i et visst forhold til tegn som ”folket” eller ”folk flest” og ”demokrati”. Myter bidrar i stor grad i kampen om ”sannhetsproduksjon”, om naturalisering av mening og signifikasjon (Thwaites et al. 2002:69). I så måte er mytebegrepet nært knyttet til begreper som ideologi, hegemoni og diskurs, og passer altså godt inn som et analytisk supplement til diskursanalyse.

Et aspekt ved kulturelitebegrepet som jeg er interessert i å undersøke, er stabilitet eller ustabilitet/endring. Når alle diskursene innen for en gitt diskursorden deler de samme selvfølgeligheter, tyder det på at diskursordenen er kjennetegnet av stabilitet, mens diskursordener preget av kamp, der forskjellige diskurser konkurrerer om å betydningstilskrive samme fenomen på forskjellige måter, er ustabile og tyder på at fenomenets betydning er flertydig og i endring (Jørgensen og Phillips 1999:147). Materialet mitt strekker seg over en forholdsvis lang tidsperiode, og den statistiske delen av datagrunnlaget viser at kulturelitebegrepets brukshyppighet øker nokså drastisk over tid. Det er derfor interessant å undersøke hvorvidt kulturelitebegrepet og diskursene rundt det kvalitativt sett er preget av stabilitet eller endring.

Et annet fokusområde er narrativer. Et narrativ er, enkelt sagt, en historie som beskriver en sekvens hendelser. Bal (her i Fairclough 2003:83-84) opererer med en analytisk distinksjon mellom *fabula* og *story*. Fabula er en serie av logisk og kronologisk relaterte hendelser, mens story er en fabula som presenteres på en spesiell måte – for eksempel gjennom at hendelsene er arrangert i en annen rekkefølge enn deres kronologiske orden. Ved hjelp av denne

distinksjonen mellom fabula og story kan man analysere de narrative strategier som benyttes for å skape effekter for mottakeren. Narrativer kan bidra til å gi mening til hendelser og fenomener ved å sette dem i relasjon til hverandre på en måte som utgår fra et visst synspunkt (Fairclough 2003:85). På denne måten kan narrativer bidra til å regulere og kontrollere folks forståelse og fortolkning av hendelser. En annen funksjon av narrativer er at faktiske hendelsers aktører tillegges visse egenskaper som fremstiller dem som karakterer (Fairclough 2003:83). Karakterer er flate, enkle og innehar spesifikke funksjoner – gjennom signifikasjons- og myteprosesser knyttes karakterene til et knippe konnotasjoner (Thwaites et al. 2002:127). Disse knippene med karakterattributter er stereotypier – de er verken sanne eller falske, men mytiske og forenklede. Karakterene er metonymiske. Et metonym er et element som står for og hører naturlig sammen med en kontekst, som gjennom konvensjoner og etablerte sammenhenger gjør at vi slutter fra en del til en helhet eller fra helhet til del. Metonymi er en konnoterende prosess, som samler visse signifikater rundt en signifikant (Heradstveit og Bjørge 1987:73 og 104; Thwaites et al. 2002:60). Det at karakterene er metonymiske innebærer altså at de representerer en hel gruppe gjennom et lite utvalg konvensjonelt valgte attributter. De er ordnet etter enkle opposisjoner – de presenteres som objekter som man enten er for eller imot, som protagonist og antagonist (Fairclough 2003:85; Thwaites et al. 2002:128).

Narrativbegrepet er nært knyttet til det Frønes kaller *nøkkelfortellinger*. Slike fortellinger ligger ”som arketyper i dypet av den kulturelle veven”(Frønes 2001). Vi tenker ofte i fortellinger; de er ressurser som bidrar til å skape mening i og organisere verden for oss, og vi bruker dem når vi samhandler og samtaler, til å legitimere synspunkter og handlinger og til å plassere mennesker og fenomener. Nøkkelfortellinger er stort sett normative – de handler om drømmer og verdier, om hvordan ting *bør* være, og de har klare helte- og antiheltfigurer. Offentlig debatt trekker gjerne på slike fortellinger; politikk, i følge Frønes (2001), er en kamp om fortellinger, om hvilken fortelling som gjelder, og om helterollen i disse fortellingene.

Narrativer og nøkkelfortellinger henger altså tett sammen med begrepene diskurs og myte: Gjennom å representere verden eller et utsnitt av verden, fenomener, hendelser, seg selv eller andre personer og grupper i visse posisjoner i fortellingene, legger man frem en ikke-nøytral,

normativ og retorisk måte å betrakte verden på – man setter personer eller fenomener inn i en viss type diskurs. Det er naturligvis svært viktig å utvise forsiktighet i forhold til å spekulere i *hensikten* med å fremstille verden på denne måten. Mitt poeng er heller å vise hvordan visse narrativer inngår i en viss form for diskurs.

Et begrepspar jeg mener det kan være nyttig å fokusere på er det Potter kaller *reifying* og *ironizing* (1996:107). Reifying betyr i denne sammenheng å produsere noe – et fenomen, en hendelse eller en tanke – som et objekt, som presenteres som noe som er sant. Ironizing innebærer tale eller skrift som underminerer, som forvandler det reifiserte objekt tilbake til motivert, feilaktig tale – altså noe det hersker mer tvil om. Et eksempel fra mitt materiale er at formuleringer som ”den såkalte kultureliten” ofte dukker opp. En slik formulering bidrar til å skape tvil rundt og problematisere et begrep som ellers benyttes som en selvfølgelighet.

2.3 Kultur, smak og det sosiale rommet

Som tidligere nevnt hevder Fairclough at diskursanalyse bør suppleres med for eksempel sosiologisk teori (i Jørgensen og Phillips 1999:82). Jeg har valgt å benytte Bourdieus teorier som det overordnede samfunnsteorietiske rammeverk. En viktig årsak til dette er Bourdieus fremtredende stilling som teoretiker når det gjelder temaer som smak, kultur og makt, noe som i utgangspunktet skulle tyde på at hans teorier kan utgjøre et godt teoretisk rammeverk for en oppgave om ”kultureliten”. En annen viktig årsak er Skarpenes påstand (som jeg nevnte i avsnitt 1.2) om at Bourdieus teorier om kultur som sosial grensedragningsmekanisme fungerer som en form for doxa når det gjelder nettopp disse områdene, og derfor ønsker jeg å undersøke hvorvidt hans teorier faktisk egner seg som teoretisk fundament for å beskrive norske forhold.

Et helt sentralt element i Bourdieus forfatterskap er forholdet mellom klasse- og maktforhold, smak og kultur. Smaken, i følge Bourdieu, inngår i et felt av uopphørlige standsskiller og standskonflikter (Østerberg, i Bourdieu 1995:22). Bourdieu opererer med begrepet ”det sosiale rommet”, som er et bilde på samfunnet og forholdet mellom forskjellige grupper (Bourdieu 1995). Ens plassering i det sosiale rommet avhenger av ens

habitus, samt ens mengde og sammensetning av *kapital*. Habitus er vedvarende, kroppsliggjorte disposisjoner, en kapital av teknikker og referanser. Habitus fungerer som skjema for handling, som genererer og organiserer strategier og praksis. Disse skjema er imidlertid inderliggjorte og ubevisste og dermed naturliggjort, og blir på denne måten usynlige. Ettersom habitus vokser frem og formes av ens livsløp, vil individer som har lignende livsløp i stor grad inneha den samme habitus. Dette kommer til uttrykk i form av enhetlig livsstil, altså et enhetlig sett av valg av goder og eiendom. Det dreier seg da om en klassemessig, gruppebestemt habitus (Bourdieu 1990:53; 1991:132 og 138; 1995:36; 1996a:84).

De to viktigste kapitaltypene er *kulturell kapital* og *økonomisk kapital*. Økonomisk kapital er penger, eller ting som kan omsettes i penger. Kulturell kapital er kulturell kompetanse eller dannelses, og er i hovedsak en arvet form for kapital som har som spesifikk egenskap at den er *kroppsliggjort*, altså tilsynelatende naturlig (Bourdieu 1991:289).

Plassering i det sosiale rommet skjer etter to kriterier: Mengde og sammensetning av kapital. Den vertikale aksene viser den samlede mengde kapital, mens den horisontale aksene viser ens kapitalsammensetning – overvekt av økonomisk og kulturell kapital på henholdsvis høyre og venstre side. Basert på klynger av posisjoner i det sosiale rommet skiller Bourdieu ut tre klasser: Arbeiderklassen, middelklassen og den dominante klassen, hver av disse med sine tilhørende kulturelle og politiske preferanser, livsstil og smak. Smak er, i følge Bourdieu

en ervervet disposisjon for å kunne ”differensiere” og verdsette [...] eller, om en vil; for å etablere eller markere forskjeller ved å kunne *skjelne* mellom gjenstander og verker, ved å distingvere, men ikke nødvendigvis i kraft av distinkt kunnskap (Bourdieu 1995:217).

Smaken virker som en slags ”sosial stedsans”, og innebærer en form for kunnskap om et gode eller en virksomhets sosiale verdi (Bourdieu 1995:218). Ulike måter å erverve kulturell kompetanse på – tidlig eller sent i livet, gjennom skolen eller familien – lever videre i måter å bruke det ervervede på. Dette kommer til uttrykk for eksempel gjennom hvordan man forholder seg til kunst. ”Blikket” er historisk produsert, og reproduseres gjennom oppdragelse. Dette ”blikket” innebærer en estetisk holdning, en evne til å betrakte verker i seg selv, med hensyn til form og ikke funksjon – en ”ren” betraktning, som kun er tilgjengelig for dem med den påkrevde kompetanse og disposisjoner. Denne kompetansen er

lettest oppnåelig og mest verdt når den er ervervet gjennom oppvekst, men kan også tilegnes gjennom skolegang og utdanning (Bourdieu 1995:45; Bourdieu 2000:223). Bourdieu hevder at den *legitime estetiske disposisjon* kommer til uttrykk i den kulturelle delen av den dominante klassen. ”Legitim” innebærer her at det er den kulturelle smak som generelt sett anses for å være den ”noble” eller ”høye” formen for smak. Også i de lavere klasser eksisterer det en anerkjennelse av den dominante klassens smak som legitim. Det vil si at de kulturelle forskjeller er blitt omformet til naturlige forskjeller, og på denne måten legitimert – Bourdieu kaller dette *den naturlige smaks ideologi* (Schinkel og Tacq 2004:59). Denne legitimeringen av den dominerende klasses livsstil og smak skjer gjennom utdanningssystemet, som er en institusjonalisering av den dominerende klasses habitus. Myten om at alle har like muligheter i utdanningssystemet gjør at de som ikke klarer seg siles ut, og sies å være mindre intelligente fra naturens side, og slik reproduseres sosiale og kulturelle forskjeller (Schinkel og Tacq 2004:62).

Den rene, kultiverte smak skiller seg fra *folkelig smak* og *middelsmak*. Folkelig smak mangler det rene ”blikket” – ethvert kunstverk skal fylle en eksplisitt funksjon, og folkelige smaksdommer er funksjonelle, basert på normer for hva som er konvensjonelt eller moralsk. Middelsmaken forener de ”nobleste” av de folkelige produksjonene med de mest alminnelige og utbredte klassiske verker (Bourdieu 1991:178). Middelklassens smak er strebende – de har kunnskap om den legitime smak og anser den som overlegen, men de mangler evnen til å utøve de aktiviteter som er assosiert med den på en naturlig måte (Bourdieu 1995; Schinkel og Tacq 2004:60). Konseptet *distinksjoner* innebærer at når middelklassen klarer å kopiere den dominerende klasses smak, vil den dominerende klasse ”flytte grensene”, endre sin smak og sine verdsettelseskriterier. Dette distingveringsarbeidet er imidlertid ikke en bevisst strategi, men et handlingsmønster som genereres av habitus (Schinkel og Tacq 2004:60).

I tillegg til økonomisk og kulturell kapital opererer Bourdieu med kapitaltypene *sosial* og *symbolsk*. Sosial kapital er nettverk eller sosiale relasjoner som på forskjellig vis er nyttig for den som innehar den (Bourdieu 1986). Symbolsk kapital er en hvilken som helst form for kapital som, når den oppfattes av en aktør utstyrt med de rette persepsjonskategorier, får symbolsk virkning, som en magisk kraft, og er ekvivalent med Max Webers begrep *karisma*

(Bourdieu 1996a:89; 2002:71). Symbolsk kapital gir aktøren symbolsk makt, det vil si makt til å konstruere virkeligheten,

til å konstituere det gitte gjennom utsagn om det, til å få andre til å se og til å tro på en verdensoppfatning, til å bekrefte den eller til å forandre den, og gjennom verdensoppfatningen også handlingen i verden, og dermed verden selv (Bourdieu 1996b:45).

For at symbolsk makt skal virke må den anerkjennes, og for at den skal anerkjennes må det arbitrære ved den miskjennes – symbolsk makt er en usynlig form for makt, og kan bare ”[...] *utøves med delaktighet av de som ikke vet at de ligger under for den, eller endatil ikke vet at de utøver den*” (Bourdieu 1996a:38). Historiske prosesser har gjort at makten fremstår som legitim, selvfølgelig og naturlig, og dermed usynlig.

Symbolsk makt er et svært viktig aspekt ved kunst- og kulturfeltet. Et kunstverks verdi forsvarer gjerne ut fra dets formlige og tekniske egenskaper, men dette er en fornektelse av den symbolske makten som er knyttet til verket og kunstneren, en fornektelse av det faktum at kunstnerens handling ville vært

(...) en vansinnig och betydelselös gest utan den omvärld av anhängare och troende som är beredda att ge den en mening och ett värde som refererar till hela den tradition som producerat deras egna perceptions- och värderingskategorier (Bourdieu 2000:255).

Kun gjennom denne fornektelsen kan feltets *doxa* (som jeg kommer nærmere inn på i neste avsnitt) og dets system og kriterier for vurdering og helliggjøring opprettholdes – symbolsk makt virker bare når den miskjennes, og når prosessen som har ledet frem til dens dannelse er glemt, fortrent eller skjult (Bourdieu 1996a:89). Denne prosessen, der ulike former for kapital forvandles til symbolsk kapital, og styrkeforholdene gjennomgår ”en nattverd-lignende forvandling”, som naturliggjør og dermed usynliggjør volden de objektivt sett inneholder, kaller Bourdieu *eufemisering* (1996b:46).

Sosiale felter

Bourdieus feltbegrep innebærer samfunnsmessige områder der det foregår bestemte aktiviteter etter bestemte regler, et system av relasjoner mellom posisjoner hvor individer og grupper til enhver tid kjemper om status, anerkjennelse og makt. Eksempler på felt er det

litterære, det økonomiske, det kunstneriske, det politiske og det intellektuelle. Et sosialt felt er altså en atskilt og selvstendig verden som har egne inngangskriterier, former for belønning og straff samt målestokker for bedømmelse av fremgang og fiasko. Et felt avgrenses og defineres blant annet gjennom at man definerer hvilke gevinster kampene på feltet står om (Bourdieu 2000:9-10).

Feltet er preget av kamper, men også av en form for konsensus; fundamentale interesser som alle involvert i feltet har felles: Et samtykke fra antagonistene om hva det er verdt å kjempe om, visse selvsagte verdier, holdninger og ideer. Det kanskje mest grunnleggende av dette ”felles” er en enighet om at det man driver med på feltet er viktig; denne enigheten er en forutsetning for kampenes eksistens. Det er nettopp dette felles som skaper feltet (Bourdieu 1991:133). Denne felles interesse glemmes, gjøres selvfølgelig, av feltets tilstand, og blir en del av de forutsetninger man underforstått aksepterer ved å delta i spillet. De som deltar i kampene bidrar til å reproducere spillet gjennom å produsere troen på gevinstenes verdi. Det er dette som ligger i begrepet *doxa* – feltets common sense (Gripsrud 2002:73).

Et felts struktur kan defineres som tilstanden i styrkeforholdet mellom de aktører eller institusjoner som er involvert i kampen (Bourdieu 1991:132). Men feltets struktur står alltid på spill, og trues til enhver tid av kampene på feltet. Kampene dreier seg om hvorvidt man skal bevare eller radikalt forandre måten den spesifikke kapital er fordelt på. Bourdieu bruker begrepet spesifikk kapital for å beskrive den type kapital som har verdi innenfor og i relasjon til et felt. Denne typen kapital kan kun under visse betingelser ”veksles inn” i en annen kapitaltype (Bourdieu 1991:132).

Felt har både spesifikke og universelle egenskaper og mekanismer (Bourdieu 1991:131-133). Blant de mekanismer som gjenfinnes i et hvert felt er kampen mellom de dominerende, de som har monopol på den spesifikke kapitalen og av den grunn ønsker å forsvare monopolet og stenge ute konkurranse, og de som innehar mindre av den spesifikke kapitalen – ofte nyankomne og de yngre i feltet. Nettopp disse stadige stridene mellom de som har og de som mangler spesifikk kapital er motoren bak endringer i feltet. De som monopoliserer den spesifikke kapitalen tenderer mot å bruke konserveringsstrategier som forsvaret det bestående, mens aktører som er mindre velutstyrt med feltkapital tenderer mot å tenke i

omveltningstrategier – kjetteriets strategier. Dette kjetteriet – *heterodoksien* – ”drar de dominerende ut av stillheten og tvinger dem til å tale” (Bourdieu 1991:133) – til å skape en forsvarsdiskurs for det bestående. En dyptgående krise i *doxa* med etterfølgende kritikk kan altså tvinge de dominerende til å gjøre *doxa* til *ortodoxi*, og dermed rettferdiggjøre det hellige og de helliggjorte måtene å dyrke ”det hellige” – altså å artikulere feltets selvfølgeliggjorte regler, dets persepsjons- og vurderingskriterier.

For at et feltopprør skal lykkes må imidlertid visse forhold ligge til rette. Forsøk på å revolusjonere et felt kan føre til at man i stedet stenges ute av spillet. Man må mobilisere og påberope tilhengerne av feltets egen historie – og i så måte blir revolusjonen en tilbakegang til kildene, til den opprinnelige renhet (Bourdieu 2000:164). I tillegg avhenger opprørets suksess av de spesifikke disposisjoner opprøreren eller opprørerne har med seg til feltet og det rom av muligheter som finnes i feltet (som kan kalles ”tradisjon”) (Bourdieu 2000:199). En kullkasting av feltet fordrer også at striden får støtte av ytre forandringer eller prosesser som drar i samme retning (Bourdieu 2000:198). Eksempler på slike prosesser kan være en økning i andelen med høyere utdanning, demokratisering eller andre økonomiske og politiske endringer.

Men en total revolusjon som kullkaster alt og fullstendig ødelegger spillet er, i følge Bourdieu, nesten utenkelig (1991:134). For å komme inn i feltet kreves nemlig en type inngangsavgift, en ”initiasjonsrite”, i form av erkjennelse av spillets verdi og praktisk kunnskap om dets prinsipper. Det kreves altså en spesiell form for *habitus*. *Habitus* er definert som ”en kapital av teknikker, referanser og en samling trosbekjennelser”, et kroppsliggjort disposisjonssystem, som erverves gjennom livsbane, utdanning og erfaringer (Bourdieu 1991:132). *Habitus* genererer strategier som kan være i overensstemmelse med aktørens objektive interesser, uten å være uttrykkelig tenkt slik. *Habitus* er vilkåret for feltets virksomhet og samtidig produktet av denne virksomheten (Bourdieu 1991:132 og 138). Dette kravet til den rette *habitus*, altså vekten av den investering som kreves for å komme inn i feltet, er en av de faktorer som beskytter feltet mot total revolusjon.

Bourdieus begrep om *doxa* og feltkamper kan sees i forhold til begrepene diskurs og diskursive kamper. Både *doxa* og diskurs er nært knyttet til makt, hegemoni og ideologi. Feltkamper og diskursive kamper er kamper om definisjoner og representasjoner, om å

bevare eller endre verden, om å fremme og naturalisere et visst verdensbilde. De er kamper om hvordan noe er og hvordan det skal være. For eksempel kjemper ulike diskurser på det kulturelle felt om hva kultur er og hva det skal og bør være. Begrepene doxa og diskurs kan altså sies å i stor grad overlappe hverandre. En forskjell er at mens doxa er knyttet til et felt, er dette ikke alltid tilfelle når det gjelder diskurs.

Teorier om *verdigrunnlag*, basert på Bourdieus to motstridende logikker på det kulturelle felt samt Dag Solhjells *verdikontekster*, benyttes for å analysere konteksten rundt kulturelitebegrepet. Jeg bruker disse teoriene til å identifisere og klassifisere ulike tekstutdrag, utsagn eller argumentasjoner som uttrykk for ulike former for diskurser på kunst- og kulturfeltet.

Dag Solhjell (2001) opererer med tre grunnleggende verdigrunnlag eller verdikontekster i forhold til kunst, og disse tre er opphavet til konflikter, debatter og uenigheter på feltet. Disse svarer i følge Solhjell til dype kulturelle og sosiale skillelinjer i samfunnet, og finnes sannsynligvis innen alle kulturområder (Solhjell 2001:139). Disse verdigrunnlagene er uttrykk for diskurser som kjemper om hegemoni på det kulturelle felt, og jeg er interessert i å finne uttrykk for disse diskursene i materialet.

Solhjells verdikontekster er *den ekskluderende*, *den inkluderende* og *den kommersielle*. Disse tre representerer ytterpunkter eller idealtyper (Solhjell 2001:133).

Den ekskluderende verdikontekst kan oppsummeres i slagordet ”Kunst for kunstens skyld”. Kunstverk har ikke noen viktig funksjon eller verdi ut over seg selv; de skal betraktes og bedømmes kun som kunst – ut fra kunstnerisk verdi, uavhengig av hva de forestiller eller hvem kunstneren er. Med basis i det ekskluderende verdigrunnlag er kunstverdenens oppgave å finne den beste kunsten ved å skille ut – ekskludere – den mindre gode. Økonomi skal ikke blandes sammen med kunst, og dette fører til en nedtoning eller diskret behandling av salgsaspektet.

Dette motsetningsforholdet kommer også til uttrykk i Bourdieus teorier. Bourdieu hevder at det kunstneriske og litterære felt er ”skådeplatsen för samexistensen mellan två antagonistiske former för produktion och cirkulation, vilka följer motsatta slag av logikk”

(Bourdieu 2000:216). Denne polariseringen er en grunnstruktur ved disse feltene. Solhjells ekskluderende verdikontekst stemmer godt overens med det Bourdieu (2000:151) omtaler som ”den rene kunsts logikk”. Her forkastes den kommersielle økonomi og dens fokus på kortsiktig vinning til fordel for fremtidsretting og en lang produksjonssyklus. I Bourdieusk forstand er det *anerkjennelse* som er den mest verdifulle formen for symbolsk kapital innen denne verdikonteksten (Solhjell 2001:133-135 og 182).

I følge den inkluderende verdikontekst er kunstneren og publikum viktigere enn kunstverket og dets kvalitet. Alle har rett til kunst, og et kunstverk bør forstås av – inkludere – er bredt publikum – dette er et kjennetegn på god kunst eller på at den offentlige støtte er politisk rettferdiggjort. Kunst og kultur anses som nyttig og sunt, og har altså en instrumentell side. Som er resultat av dette inkluderende verdigrunnlaget anses kunstens kvalitet ”i seg selv” som mer eller mindre irrelevant. Først når de instrumentelle og inkluderende verdiene er ivaretatt, er det rom for å lytte til kvalitetsdommer avgitt av formidlere høyt oppe i det eksklusive kretsløpet. *Politisk velvilje* er den symbolske kapital med høyest verdi, fordi den resulterer i offentlige bevilgninger (Solhjell 2001:135-136 og 182).

Den tredje verdikonteksten, den kommersielle, møtes gjerne med forakt i de to andre kontekstene. Ut fra dette verdigrunnlaget er den viktigste grunnen til å interessere seg for kunst dens økonomiske verdi, altså dens salgsverdi, og kvalitetskriteriene er kjøperinteresse og pris. Kamp om kunder og penger blir således viktig. Grunnlaget for denne verdikonteksten stemmer overens med det Bourdieu beskriver som *den økonomiske logikk* (2000:151), motpolen til *den rene kunsts logikk*. Den økonomiske logikk opphøyer umiddelbar suksess, nåtidsretting, rask produksjonssyklus, store opplag og markedstilpasning; handel med kulturelle varer er som handel med andre varer. Innen denne verdikonteksten er *kjøpsinteresse* den symbolske kapital med høyest verdi, fordi den fører til salg (Solhjell 2001:136-137).

Jeg kommer nærmere inn på de forskjellige teoretiske perspektivene i kapittel 4. Først vil jeg presentere metode og datamateriale.

3. Presentasjon av datamateriale og metode

I dette kapittelet presenterer jeg datamaterialet som oppgaven bygger på, og den fremgangsmåte og metode jeg har benyttet i arbeidet med innsamling og bearbeiding av dette materialet.

Først vil jeg gi en generell beskrivelse av datamaterialet og begrunnelser for valg av denne typen data. Deretter vil jeg gi en beskrivelse av mitt arbeid med materialet, metodiske valg og utfordringer jeg har støtt på underveis. Til slutt vil jeg gi en oversikt over datamaterialet rent kvantitativt, med beskrivelser av de kategorier det inneholder.

3.1 Om datamaterialet

Datamaterialet mitt består tekster fra norske aviser fra 1983 til 2008. Tekstene er hentet fra mediearkivet A-tekst, som strekker seg tilbake til 1945, og inkluderer 36 norske aviser,⁶ hvilket skulle kunne gi gode muligheter for tilgang på et bredt spekter av informasjon. Søket ble gjort i hele arkivet, det vil si fra og med 1945, men ordet ”kulturelite” dukker først opp i 1983. Ordet ”kulturelit*” er benyttet som søkeord, for å sikre at også ord som for eksempel kulturelitens, kulturelitisme eller kulturelitistisk fanges opp. Søket ga 1417 treff. Det er ikke gjort begrensninger på type tekst, og materialet inkluderer altså tekster innen flere genrer – leserinnlegg, lederartikler og nyhetstekster, for å nevne noen.

Medietekster er en viktig del av samfunnet og det sosiale liv – de har makt til å sette ting på agendaen og bidrar til å forme offentlig diskurs og folks forestillinger om verden og deres egen og andres plass i den. De kan bidra til å forme folks oppfatninger, verdier og holdninger, og – ikke minst – hva folk har oppfatninger om (Richardson 2007:13). Til tross for at det ikke er snakk om mekanisk kausalitet, har tekster effekt på, og bidrar til å endre

⁶ A-tekstarkivet inkluderer avisene Adresseavisen, Advokatbladet, Aftenposten, Agderposten, Altaposten, avis1, Bergens Tidende, Bladet Tromsø, Brønnøysunds Avis, Dag og Tid, Dagbladet, Dagens Medisin, Dagens Næringsliv, Dagligvarehandelen, Dagsavisen, Fædrelandsvennen, Gründer, Handelsbladet FK, Harstad Tidende, Journalisten, Klassekampen, Kommunal Rapport, Nationen, Nordlys,

både handlinger, sosiale relasjoner og den materielle verden (Fairclough 2003:8; Richardson 2007:13). Gjennom å bidra til å forme vårt syn på den sosiale virkelighet bidrar de også til å skape nettopp denne virkeligheten, og dette gjør medietekster til et interessant og relevant sosiologisk studieobjekt. I tillegg er nordmenn et av verdens mest avislesende folk, noe som gjør avisartikler til et særlig sentralt element i det norske samfunnet.

Tilgjengelighet er en åpenbar fordel ved bruk av denne typen tekstdata; det at de finnes åpent i det offentlige rom fjerner problemer med tilgang samt etiske betenkeligheter. I tillegg er de naturlig forekommende data, altså ikke produsert i forskningsøyemed, noe som reduserer eventuell forskerpåvirkning (Silverman 2006:157). Forskerpåvirkningen ”oppstår” i så måte først ved utvalget og analysen av datamaterialet. Jeg vil komme nærmere inn på de utfordringer jeg har støtt på i denne prosessen i neste avsnitt.

3.2 Metodisk rammeverk og fremgangsmåte

Min målsetting er først og fremst å oppnå forståelse og kunnskap om fenomenet ”kulturelite” i dybden, med mindre fokus på bredde. Dette gjør kvalitativ metode til et naturlig metodisk rammeverk: Kvalitativ forskning har som formål å klargjøre et ”fenomens” karakter eller egenskap(er) – hva betyr det, hva handler det om? (Widerberg 2005:15). Kvalitative tilnærminger har fokus på sosial og kulturell konstruksjon på en måte som kvantitativ metode ikke er så sterk på (Silverman 2006:40). Samtidig har kvantitativ metode den styrke at den kan gi et oversiktsbilde over materialet, noe som er spesielt nyttig når datamaterialet er stort. Derfor har jeg også inkludert et element av kvantitativ metode i arbeidet med datamaterialet. Tekstene som utgjør mitt datagrunnlag er på til sammen over 3000 sider, og den første utfordringen var altså å skaffe en oversikt og kategorisere. Første fase var å lage en oversikt over brukshyppigheten av kulturelitebegrepet over tid. Deretter gikk jeg gjennom alle tekstene og identifiserte hva slags type beskrivelse eller omtale av kultureliten som forekommer. Disse omtalene ble så telt opp, systematisert, gruppert og kategorisert.

Kategoriene er skapt ut fra at omtalene de innebærer uttrykker noe av det samme – de er tematisk beslektet og knytter kulturelitebegrepet til samme type diskurs.

Denne opptellingen gir en oversikt over hvilke tendenser som finnes i datamaterialet og peker ut hvilke diskurser som finnes rundt kulturelitebegrepet. Dermed tjener den som et grunnlag som den kvalitative analysen kan bygges på. I tillegg har jeg gjennom arbeidet med å kvantifisere blitt godt kjent med datamaterialet, og fått en oversikt over hvilke tendenser som finnes her, og over hvilke debatter som kretser rundt kulturelitebegrepet, på et mer overordnet plan enn på setningsnivå.

Kjikkvadrattest

I oppgaven benytter jeg også en kjikkvadrattest for å finne ut av hvorvidt endringen i en fordeling av omtaler fra tiår til tiår er statistisk signifikant. Jeg skal derfor nå gi en kort presentasjon av gangen i en slik test.

En kjikkvadrattest brukes for å teste en nærmere spesifisert hypotese. Testen kan anvendes for å undersøke krysstabeller, også med mer enn to grupper og mer enn to verdier på den avhengige variabelen (Skog 2005:187). Logikken bak er at man måler forskjellen mellom en observert krysstabell og en tilsvarende krysstabell der det ikke er noen sammenheng mellom variablene. Man måler med andre ord avstanden til nullhypotesen. Nullhypotesen er alltid at det ikke er noen sammenheng mellom to variabler. Hvis man for eksempel undersøker lønnsforskjeller mellom menn og kvinner, vil nullhypotesen gå ut på at det ikke er noen systematisk forskjell i inntekt mellom de to gruppene. Første skritt i en kjikkvadrattest er å formulere en nullhypotese, og å velge et signifikansnivå. Signifikansnivået betegner hvilken sannsynlighet man er villig til å akseptere for at nullhypotesen forkastes på feilaktig grunnlag, det som kalles type 1-feil, og kan for eksempel settes til 1% eller 5%. Neste steg er å beregne forventet verdi hvis nullhypotesen er korrekt for hver av cellene i tabellen. Verdien for kjikkvadratobservatoren (χ^2) regnes ut med følgende formel:

$$\chi^2 = \sum \frac{(\text{Observert antall} - \text{Forventet antall})^2}{\text{Forventet antall}}$$

Deretter beregnes antall frihetsgrader (df) for tabellen. Frihetsgrader regnes ut fra antall rader i tabellen minus en, multiplisert med antall kolonner minus en, det vil si følgende formel:

$$df = (r-1) \cdot (k-1)$$

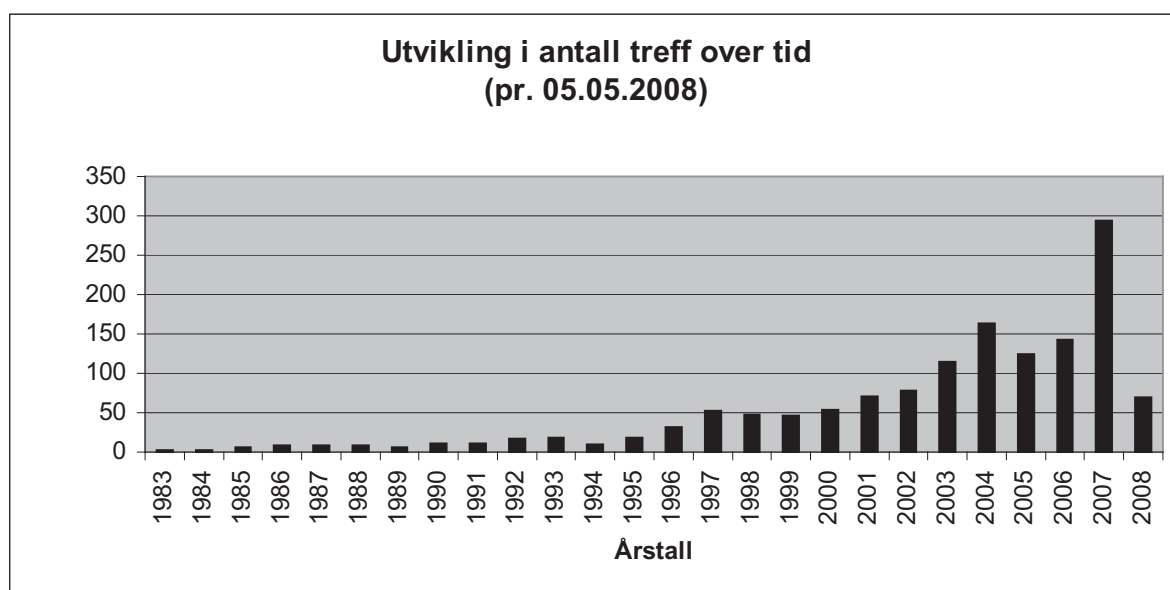
I en tabell over kritiske verdier i kjikvadratfordelingen finner man ved hjelp av kombinasjonen av det valgte signifikansnivå og antall frihetsgrader den kritiske verdien som verdien for χ^2 må overstige hvis nullhypotesen skal kunne forkastes. Hvis signifikansnivå 5% er valgt, og verdien for kjikvadratet overstiger kritisk verdi, kan man altså med 95% sikkerhet forkaste nullhypotesen (Skog 2005).

3.3 Metodiske utfordringer

Et av problemene ved den metodiske tilgang jeg har valgt, er at jeg selv er en del av den kulturen jeg studerer, og deler mange av de selvfølgeligheter materialet innebærer, nettopp disse selvfølgelighetene en diskursanalytisk tilgang er ute etter å avdekke. I tillegg kommer problemet om at hvis man aksepterer den sosialkonstruktivistiske tese om at virkeligheten er sosialt skapt, og at sannheter er diskursivt produsert, hva da med den "sannhet" en som forsker selv produserer? Disse problemene gjør seg gjeldende både gjennom at kategoriene jeg benytter i kvantifiseringen av materialet er konstruert av meg, og kunne vært gjort på en annen måte, og gjennom at utvalget av råstoff til den kvalitative analysen også er resultat av en utvelgelsesprosess. Jørgensen og Phillips (1999:31-33 og 120) mener disse metodiske problemene kan avhjelpest ved å i videst mulig utstrekning fremmedgjøre seg fra materialet, og ved å gjøre sine forskningsresultater, begrunnelser og avveielser så gjennomsiktige som mulig for leseren. Dette er noe jeg gjennomgående har forsøkt å tilstrebe gjennom arbeidet med materialet, både gjennom at jeg har beskrevet hvordan jeg har gått frem i arbeidet med datamaterialet, og også ved at jeg har lagt ved en tabell (Vedlegg 3) med en oversikt over kategoriene som er mer detaljert enn dem jeg presenterer i selve teksten, noe som kan gi et bedre innblikk i hvordan kategoriseringene er gjort.

3.4 Kulturelitebegrepets brukshyppighet i norske aviser 1983-2008

Jeg hadde i utgangspunktet et inntrykk av at ordet ”kulturelite” forekom stadig hyppigere i norske aviser, og dette inntrykket viste seg å stemme, som figuren under viser:



Figur 1: Oversikt over antall treff på ordet *kulturelit** i A-tekst, 1983-2008 (36 aviser). N=1417

Figuren viser utviklingen i antall treff på ordet *kulturelit** år for år siden begrepet først dukket opp i 1983. Det har skjedd en drastisk økning i brukshyppigheten – fra 2 treff i 1983, til et foreløpig toppunkt med 294 treff i 2007. Denne økningen foregår relativt jevnt gjennom hele tidsperioden, men året 2007 skiller seg ut ved at antall treff mer enn dobles fra året før – fra 143 treff i 2006 til 294 i 2007. Datamaterialet spenner over 26 år, og dette året alene står for 1/5 av det totale antall treff i perioden. To hendelser eller debatter forklarer i stor grad den høye treffprosenten dette året: Utgivelsen av Magnus Marsdals bok ”FrP-koden”, og debatten som helt på tampen av året ble satt i gang av artikkelen ”Landet slår sprekker” av John O. Egeland. 52 av treffene dette året er forbundet med ”FrP-koden” – enten omtale av eller sitater fra boka, eller debatt i kjølvannet av utgivelsen, mens 24 av treffene er knyttet til debatten i kjølvannet av Egelands artikkel.

3.5 Omtale

Jeg skiller i analysen mellom *treff* og *omtaler*. *Treff* er antall ganger selve ordet forekommer i en gitt periode, mens *omtale* er en beskrivelse eller karakteristikk av kultureliten. Antall omtaler vil ligge over antall treff, ettersom ett og samme treff kan inneholde flere typer omtale – som i dette eksempelet, hentet fra et innlegg i debatten rundt ny opera: ”*Hele dette prosjektet er presset igjennom av en uhellig og kortsynt allianse mellom en knøttliten, selvsentrert kulturelite og høyrøstede pressgrupper i Arbeiderpartiets lokallag Oslo Øst.*”⁷ Ordet kulturelite forekommer en gang i tekstutdraget, og står altså for ett *treff*, mens det inneholder flere typer omtale: Både beskrivelsen ”knøttliten” og ”selvsentrert”, samt en omtale av kultureliten som en gruppe som bruker store summer på prosjekter folk flest ikke ønsker. Tabellen under viser forholdet mellom antallet treff og antallet omtaler.

Tabell 1: Oversikt over antall treff og omtaler pr. tiår

| TIÅR | ANTALL TREFF | ANTALL OMTALER |
|-------------|--------------|----------------|
| 1980-tallet | 43 | 45 |
| 1990-tallet | 263 | 271 |
| 2000-tallet | 1111 | 1407 |
| Totalt | 1417 | 1723 |

Det bemerkes at perioden ”2000-tallet”, naturlig nok, er kortere enn de andre periodene, og dermed ikke direkte sammenlignbar.

⁷ Aftenposten Aften, 21.09.2000

Typer av omtale

Omtalene av kultureliten er inndelt i 13 kategorier:

- Tidligere tiders/litterær/utenlandsk kulturelite
- Kultureliten som publikum, klientell, til stede på arrangementer
- Omtale av kultureliten knyttet til grupper (f. eks. kunstnere, akademikere)
- Omtaler om kulturelitens som mektig
- Omtaler om kulturelitens smak og livsstil
- Omtaler om kulturelitens forhold til folket
- Omtaler om kulturelitens forakt/arroganse/ovenfra-og-ned-holdninger
- Omtaler om kulturelitens verdier, interesser, engasjement, politiske preferanser
- Omtaler om kultureliten som bruker skattebetalernes penger på noe et lite mindretall ønsker
- Erklæringer om tilhørighet i kultureliten
- Fornektelse av tilhørighet i kultureliten
- Annen omtale, negativ
- Annen omtale

De to første kategoriene i tabellen krever en viss forklaring: Den første kategorien, "Tidligere tiders/litterær/utenlandsk kulturelite", er en samlekategori for omtaler av "andre" kultureliter, altså annet enn den norske, samtidige kulturelite, som er det jeg er interessert i å utforske.

Dette kan være for eksempel 1800-tallets kulturelite, den franske, svenske eller russiske kultureliten, eller en "fiktiv" kulturelite, altså kultureliten som for eksempel karakter i en bok eller film. Et eksempel på omtaler som inngår i denne kategorien: *"I tidligere tider var det fyrstene som understøttet sin anseelse ved å fremme kunst og arkitektur - de fylte Europa med praktverker - og ved å holde salonger for den tids kulturelite."*⁸ Ettersom mitt hovedfokus for oppgaven er den norske, samtidige kultureliten, er denne typen omtale

⁸ Aftenposten Aften, 21.09.1989

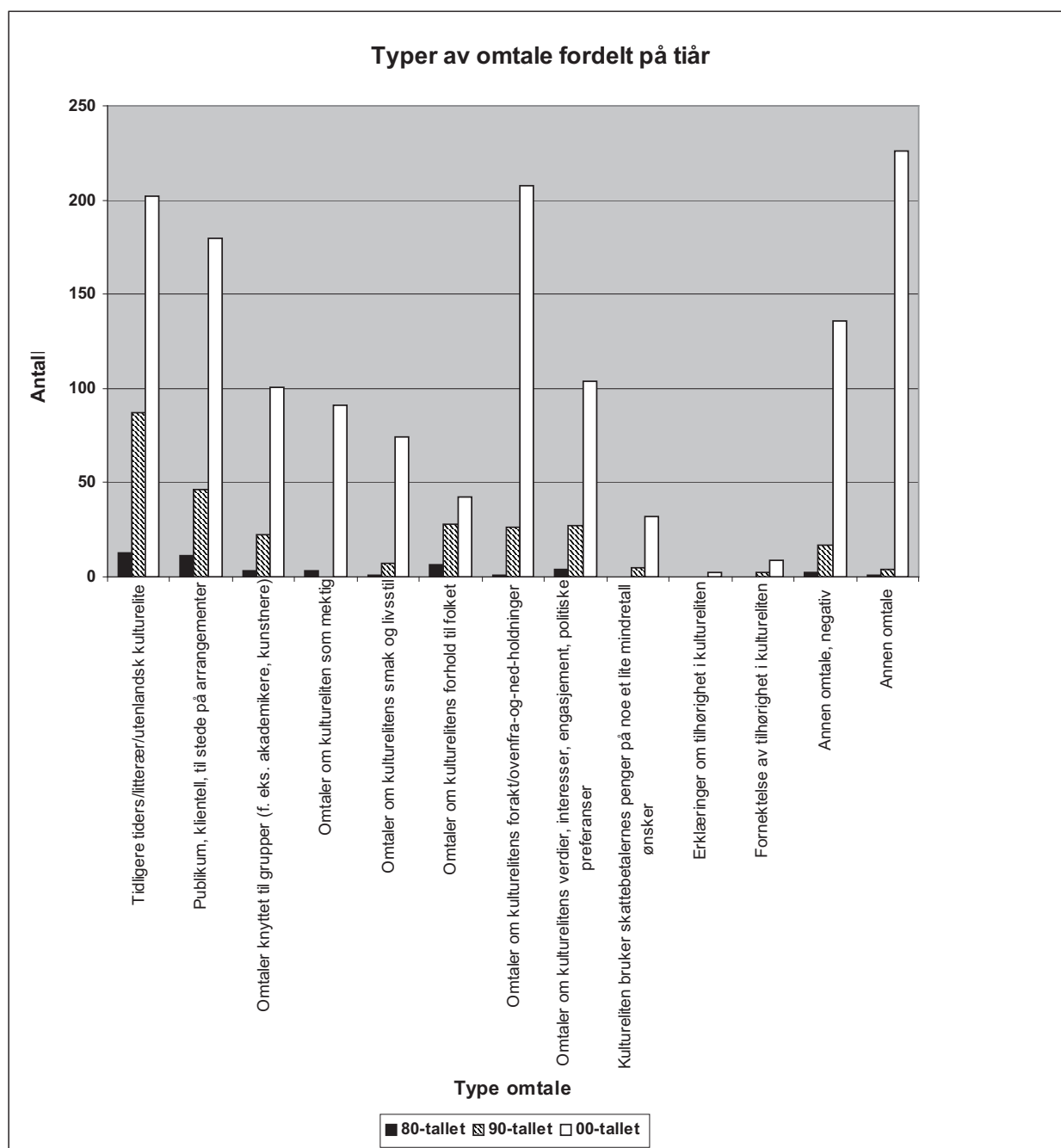
mindre interessant, og jeg kommer ikke til å gå noe grundigere inn i denne kategorien av omtaler.

Den andre kategorien omfatter omtale av kultureliten som gjester, klientell eller publikum på for eksempel en fest, konsert eller restaurant, eksempelvis: *“Hver høst samles kultureliten på noe som heter Aschehougs hagefest.”*⁹

I tillegg opererer jeg med en ”Annen omtale”-kategori. En del av omtalene av kultureliten er fragmentert og vanskelig å kategorisere, i den forstand at de ikke føyer seg inn i noen spesiell tendens, og denne kategorien omfatter altså disse omtalene.

Figuren under viser fordelingen av disse omtaletypene, fordelt på tiår.

⁹ Dagbladet, 09.09.1996



Figur 2: Typer av omtale fordelt på tiår

Figuren viser at de to hyppigst forekommende typene omtale både på 1980- og 1990-tallet er ”Tidligere tiders/litterær/utenlandsk kulturelite” og ”Publikum, klientell, til stede på arrangementer”. På 2000-tallet er den største omtalekategorien (hvis man ser bort fra kategorien ”Annen omtale”) ”Omtaler om kulturelitens forakt/ovenfra og ned-holdninger”. Nest størst er kategorien ”Tidligere tiders/litterær/utenlandsk kulturelite”, og nummer tre er

”Publikum, klientell, til stede på arrangementer”. Jeg kommer nærmere inn på hver enkelt kategori i neste kapittel.

4. Analyse

4.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg beskrive og analysere hvilke typer omtaler av kultureliten som finnes i datamaterialet. Formålet i dette kapitlet er å vise hvordan kulturelitebegrepet konstrueres, ved at kulturelitetegnet settes inn i forskjellige typer diskurser og får visse konnotasjoner knyttet til seg.

Hovedgrunnlaget for analysen er det kvantitative materialet. I hvert avsnitt vil jeg presentere datamateriale, kvantitativt og kvalitativt, for deretter å drøfte i lys av teori. Hvert avsnitt inneholder en tabell som viser det tallmessige forholdet mellom den gjeldende type omtale og andre omtaletyper, inndelt i tiår. Enkelte av omtalekategoriene er også inndelt i underkategorier, og i de tilfellene vil jeg også presentere en tabell som viser forholdet mellom underkategoriene.

I analysen benytter jeg flere steder begrepet ”gruppe” for å omtale kultureliten. I sosiologisk forstand benyttes gruppebegrepet ofte om ”collectivities of individuals who interact and form social relationships”, og forutsetter gjerne en form for gruppebevissthet (Abercrombie et al. 2000). Jeg benytter gruppebegrepet i videre forstand, som et synonym til kategori.

4.2 Hvem er kultureliten?

Hvem er det som omtales som kulturelite? Denne gruppen omtaler, som assosierer eller knytter sammen tegnet kulturelite med grupper eller typer av mennesker, som igjen har egenskaper og konnotasjoner knyttet til seg, bidrar til å bygge opp ”myten om kultureliten”.

Tabell 2: Forholdet mellom omtalekategorien ”Grupper omtalt som kultureliten”¹⁰ og andre kategorier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|---------------------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|-----|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Grupper omtalt som kultureliten | 14 | 31,1 | 68 | 25,1 | 282 | 20 | 364 | 21,1 |
| Andre omtaler | 31 | 68,9 | 203 | 74,9 | 1125 | 80 | 1359 | 78,9 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 | 1723 | 100 |

Tabellen ovenfor viser det tallmessige forholdet mellom kategorien av omtaler som knytter kulturelitetegnet til grupper av mennesker, og alle andre former for omtale av kultureliten som finnes i materialet. Denne kategorien er en av de største gruppene i materialet; den utgjør over 31% av omtalene på 1980-tallet, ca. 25% på 1990-tallet, 20% på 2000-tallet, og ca. 21% når alle tiår sees under ett. Som tabellen viser øker denne kategorien i antall, men prosentandelen går ned, ettersom antallet omtaler naturlig nok øker i takt med at kulturelitebegrepets brukshyppighet øker kraftig.

Tabell 3: Grupper omtalt som kultureliten

| GRUPPER OMTALT SOM KULTURELITE | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|---|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Publikum, klientell på tilstelninger eller steder | 11 | 78,6 | 46 | 67,6 | 180 | 63,8 | 237 | 65,1 |
| Utøvere av kultur | 2 | 14,3 | 10 | 14,7 | 54 | 19,1 | 66 | 18,1 |
| Akademikere, intellektuelle, utdannede | 1 | 7,1 | 2 | 2,9 | 24 | 8,5 | 27 | 7,4 |
| Forvaltere av kultur/kulturadministrasjon | - | - | 10 | 14,7 | 24 | 8,5 | 34 | 9,3 |
| Totalt | 14 | 100 | 68 | 100 | 282 | 100 | 364 | 100 |

Tabellen viser at gjennom hele tidsperioden er det underkategorien ”Publikum/klientell” som prosentvis er den største, med ”Utøvere av kultur” på andreplass. Kategorien Akademikere/intellektuelle/utdannede” besitter tredjeplassen på 80-tallet, fjerdeplass på 90-

tallet og delt tredje plass på 2000-tallet. Den fjerde underkategorien, ”Forvaltere av kultur/kulturadministrasjon”, dukker først opp på 90-tallet, da som tredje største underkategori, og er fortsatt på delt tredje plass på 2000-tallet.

Tabellen viser altså at antallet omtaler av denne typen øker, men hvilke grupper som omtales som kulturelite synes å være preget av kontinuitet og ikke endring – i den forstand at typene av omtale gjennom hele tidsperioden ikke egentlig er i konflikt med eller står i motsetning til hverandre, men heller bidrar til å ”fylle ut bildet”. På 90-tallet dukker det opp en ny underkategori, altså omtaler av kultureliten som forvaltere av kultur eller kulturadministrasjon, men dette representerer ikke noe brudd eller motsetning i forhold til de andre kategoriene. En generell tendens i materialet er at begrepet kulturelite benyttes i økende grad. Det er da ikke så unaturlig at det skjer en spredning eller utvidelse i typen av omtaler, altså at kulturelitebegrepet får knyttet til seg et videre spekter av konnotasjoner.

I den første av disse fire typene av omtale brukes kulturelitebegrepet til å omtale en gruppe mennesker som er publikum, klientell eller deltakere på en eller annen form for arrangement, gjerne teaterpremierer og kunstutstillinger, eller en type restaurant eller kafé, eksempelvis:

*”Men altså, universitetets aula var kledd til fest, og bekledd av festkledd øvrighet i går kveld. Hele kultureliten var til stede.”*¹¹ Kulturelitebegrepet benyttes for eksempel svært ofte for å

beskrive gjestene på Theaterkaféen eller Kunstnernes hus – *”hovedkvarteret for kultureliten på Oslo Vest”*,¹² og går igjen så å si hvert eneste år som beskrivelse av klientellet på

Aschehougs hagefest, som i dette eksempelet: *”Mens alle andre forlag arrangerer bakgårdsfester, inviterer Aschehougs William Nygaard hver august landets kulturelite på hagefest i Drammensveien”*.¹³ Felles for de typene arrangementer eller etablissementer som har kultureliten som publikum eller klientell er at de omtales som noe eksklusive, lukkede eller høykulturelle, ikke noe for ”folk flest”.

Den andre typen omtale benytter kulturelitebegrepet for å omtale for eksempel kunstnere, forfattere, musikere eller skuespillere – altså folk som utøver kultur i en eller annen form.

¹¹ Adresseavisen Morgen, 17.08.2001

¹² Økonomisk Rapport Magasin, 30.05.2001

Tekstutdraget under, hentet fra en artikkel om en støtteaksjon til Erling Fossens "Oslo Byaksjon", er en illustrasjon på denne type omtale:

Lista over dem som sier de vil stemme Oslo Byaksjon inneholder påfallende mange navn fra hovedstadens kulturelite. Her er det tett mellom professorene, forfatterne, skuespillerne, kunstnerne og "kulturpersonlighetene". På lista over dem som stemmer på byaksjonen står et bredt utvalg av den smale kulturelite. Her finner vi tunge akademikere som professorene Rune Slagstad og Dag Østerberg, kjente forfattere som Torgrim Eggen, Selma Lønning Aarø og Nina Witoszek (Fitzpatrick), filmregissør Eva Isaksen, skuespiller Bjørn Floberg og multikunstneren Kim Hiorthøy.¹⁴

Dette tekstutdraget er for øvrig også et eksempel på den tredje typen omtale, der kulturelitetegnet knyttes til utdanning og academia, ved at professorene Rune Slagstad og Dag Østerberg nevnes som eksempler på "*et bredt utvalg av den smale kulturelite*". Et annet eksempel på denne typen omtale finnes i dette tekstutdraget:

Kultureliten misliker amerikansk kultur fordi folk flest omfavner den, mener forfatterduoen. Slik har det vært i to hundre år. Det nye er imidlertid at forakten for «dum amerikansk kultur» blandes sammen med aggresjonen for «ond amerikansk politikk». - Det er de intellektuelle som har et Amerika-problem. På Blindern-stutteriet er innavlen av meninger stort.¹⁵

Her er kultureliten synonymt med "de intellektuelle", og knyttes også sammen med Blindern-utdannede.

Den fjerde gruppen omtaler innebærer at kulturelitebegrepet benyttes som beskrivelse av for eksempel kulturpolitikere, kulturforvaltere og generelt beslutningstakere på kulturfeltet, Forfatterforeningen, forlags- eller teatersjefer. I eksempelet nedenfor er det Norsk Kulturråd som knyttes til begrepet:

Jakobsen var til stede på et møte Norsk kulturråd arrangerte i Tromsø, der Finnsnes i Fest ble nevnt konkret som et eksempel på hvordan en kulturfestival ikke skal være.
- Når kultureliten i Norge, som også sitter i posisjoner for å dele ut penger mener at det ikke bør bevilges kulturmidler til FiF er det klart at dette konseptet er et utbrent kapittel.¹⁶

Disse fire typene av omtale, som knytter kulturelitebegrepet til grupper av mennesker, har det til felles at de alle setter kulturelitebegrepet inn i en diskurs som handler om yrke, smak og

¹³ Dagsavisen Morgen, 27.08.2004

¹⁴ Dagbladet, 14.09.2003

¹⁵ Dagbladet, 24.10.2003

¹⁶ Troms Folkeblad, 29.11.2004

utdanning. Kultureliten konstrueres her som en gruppe som er som klippet ut av venstre øvre og midlere del av Bourdieus sosiale rom (Bourdieu 1995). Det vil si at de gruppene som omtales som kulturelite – kanskje ikke overraskende – er grupper som innehar en overvekt av kulturell kapital fremfor økonomisk kapital. Dette gir et inntrykk av at definisjonen, forståelsen og konstruksjonen av kultureliten – ”myten om kultureliten”, slik den fremstår i materialet, stemmer godt overens Bourdieus teorier og hans beskrivelse av det sosiale rommet. Dette inntrykket forsterkes av de omtaler av kulturelitens smak, livsstil, verdier og politiske preferanser som jeg beskriver i avsnitt 4.3.

Erklæringer om medlemskap i kultureliten

Hvem er det som omtaler seg selv som medlemmer av kultureliten? Erklæringer om medlemskap i kultureliten viser seg å være ytterst sjelden – det forekommer faktisk bare to ganger i hele datamaterialet. Den første ”erklæringen” er en uttalelse fra Mia Berner (forfatter, filosof, journalist og sosiolog), den andre fra foredragsholder Aina Sandvik, utdannet i publikumsbygging:

Det er veldig vanskelig å avgjøre om avisen preges av elitisme når man selv er en del av eliten. Ja, det er ikke noe å hutle med at jeg tilhører kultureliten, hva pokker skulle man ellers tilhøre? ¹⁷

- Vi som driver med kultur tilhører gjerne kultureliten og må prøve å forstå hvordan det er å være ny publikummer. ¹⁸

Det må bemerkes at Aina Sandviks uttalelse ikke egentlig kan sies å være en eksplisitt erklæring om ”medlemskap” – til det er den for vag: Det er ”vi” som driver med kultur som ”gjernene” tilhører kultureliten. Det er altså lav grad av tilslutning til utsagnet, det som med et diskursanalytisk begrep kalles modalitet, og fremstår dermed som mindre kraftfullt (Fairclough 2003:164).

¹⁷Klassekampen, 02.09.2005

¹⁸Stavanger Aftenblad, 28.04.2007

Å finne eksempler på ”fornektelser av medlemskap”, og uttrykk for at et slikt medlemskap heller ikke er ønskelig, viser seg å være lettere. Et eksempel er en uttalelse fra daværende Natt&Dag-redaktør Audun Vinger, *”som overhodet ikke mener gjengen i hans egen avis er en del av kultureliten”*¹⁹, P4-sjef Svein Larsen som forteller at *”Jeg er ivrig lytter til NRK P2 selv om jeg ikke tilhører kultureliten”*²⁰, eller redaktør i Grimstad Adressetidende som uttaler: *”Jeg tilhører ikke noen kulturelite i Grimstad i den grad det i det hele tatt måtte finnes noen slik elite.”*²¹

I tillegg til ”fornektelser av medlemskap”, finnes det flere uttrykk for at innpass i kultureliten ikke er noe å hige etter, eksempelvis:

Man har jo ikke ... man har ikke lyst til å være en del av kultureliten, sier hun, uttaler ordet i en distanserende tone [Teaterinstruktør Marit Moum Aune]²².

Frykten for å virke som man aspirerer til medlemskap i en eller annen kulturelite, gjør at man i stedet aksepterer alt som tidsånd, og velger den brede vei. [Dag&Natt-redaktør Audun Vinger]²³

Mitt fokusområde her er selvsagt ”tekstens univers”, og det har ingen hensikt å spekulere rundt bakenforliggende motiver eller personenes hensikter ved å fremstille seg som de gjør. Men jeg mener at det påfallende lave antallet av erklæringer om medlemskap i kultureliten er et interessant funn, spesielt i kombinasjon med de mer tallrike uttrykkene for at et slikt medlemskap ikke er videre ettertraktet. Selv i Mia Berners uttalelse finnes en anerkjennelse av at det er vanlig å ”hutle med” at man er en del av kultureliten – at det ikke er noe man gjerne innrømmer. Til sammen bidrar dette til å bygge opp under teorien jeg beskrev i avsnitt 1.2 om at det i det norske samfunn finnes en norm for selvrepresentasjon når det gjelder smak og kultur – dette er ikke et område der man bør forsøke å heve seg over andre.

¹⁹Aftenposten Morgen, 26.07.2006

²⁰Bergens Tidende Morgen, 16.09.1998

²¹Agderposten, 13.10.2007

²²Dagens Næringsliv Morgen, 15.12.2007

²³Dagens Næringsliv Morgen, 11.01.2008

4.3 Kulturelitens smak, livsstil og verdier

Som vist i avsnitt 4.2 synes ”myten om kultureliten” å være bygd opp etter Bourdieus lest; kultureliten fremstår som en gruppe som passer godt med hans beskrivelser av venstre øvre og midlere del av det sosiale rommet (Bourdieu 1995). Jeg vil her gå nærmere inn på hvordan kulturelitens smak og livsstil, verdier, bosted, fritidsaktiviteter, politiske preferanser og engasjement omtales.

Tabell 4: Forholdet mellom omtalekategorien ”Kulturelitens smak, livsstil og verdier” og andre kategorier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|--|-------------|------|-------------|-----|-------------|------|-----------|-----|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Omtaler av kulturelitens smak, livsstil og verdier | 8 | 17,8 | 38 | 14 | 230 | 16,3 | 276 | 16 |
| Andre omtaler | 37 | 82,2 | 233 | 86 | 1177 | 83,7 | 1447 | 84 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 | 1723 | 100 |

Tabellen viser at denne kategorien utgjør ca. 18% av alle omtaler på 1980-tallet, 14% på 1990-tallet, ca. 16% på 2000-tallet, og 16% når alle tiår sees under ett. På samme måte som forrige kategori går antallet av denne typen omtaler kraftig opp, fra 8 slike omtaler på 1980-tallet til 38 på 1990-tallet og hele 228 på 2000-tallet, mens prosentandelen totalt sett går ned, ettersom det totale antallet omtaler øker.

Tabell 5: Omtale av kulturelitens smak, livsstil og verdier

| KULTURELITENS SMAK, LIVSSTIL OG VERDIER | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|------------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Smale/høyverdige/krevende kultur/ medieprodukter, ferie i eksklusive omgivelser | 4 | 50 | 4 | 10,5 | 22 | 9,6 | 30 | 10,9 |
| Kulturelitens smak er annerledes enn folkets smak | 2 | 25 | 28 | 73,7 | 33 | 14,3 | 63 | 22,8 |
| Bosted: Oslo, urbanisme, Sør-Norge | 1 | 12,5 | 3 | 7,9 | 32 | 13,9 | 36 | 13 |
| Engasjerer seg i/opptatt av kultur- og mediepolitikk, språkpolitikk, mot nedleggelser, kunst og design | 1 | 12,5 | - | - | 64 | 27,8 | 65 | 23,6 |
| Politiske preferanser: Venstrevridd, Nei til EU, NATO-skepsis, pasifisme, USA-skepsis | - | - | 3 | 7,9 | 32 | 13,9 | 35 | 12,7 |
| Negative til pengefolket/materialisme/kommersialisering | - | - | - | - | 14 | 6,1 | 14 | 5,1 |
| Drikker rødvin, spiser sushi, oliven, "spennende" mat | - | - | - | - | 8 | 3,5 | 8 | 2,9 |
| Samfunnssjikt: Middel/overklasse, gode posisjoner | - | - | - | - | 6 | 2,6 | 6 | 2,2 |
| Opptatt av status, karriere, prestisje, popularitet | - | - | - | - | 5 | 2,2 | 5 | 1,8 |
| Setter pris på folk som utfordrer patriarkalske/autoritære tenkemåter | - | - | - | - | 4 | 1,7 | 4 | 1,4 |
| Går på ski | - | - | - | - | 3 | 1,3 | 3 | 1,1 |
| Kapitaltype: Kulturell/åndelig | - | - | - | - | 3 | 1,3 | 3 | 1,1 |
| Opptatt av skikk og bruk, dannelse | - | - | - | - | 2 | 0,9 | 2 | 0,7 |
| Liberal, åpen | - | - | - | - | 2 | 0,9 | 2 | 0,7 |
| Totalt | 8 | 100 | 38 | 100 | 230 | 100 | 276 | 100 |

I likhet med forrige kategori synes utviklingen å være preget av kontinuitet, ikke brudd. Med dette mener jeg at selv om det skjer en drastisk økning i antallet omtaler av denne typen, er typene av omtaler fortsatt ikke motstridende eller i konflikt med hverandre, men synes heller å til sammen utgjøre en beskrivelse av en "pakke", en enhetlig habitus eller livsstil. Jeg vil komme nærmere inn på dette. Først vil jeg presentere noen sentrale omtaler av kulturelitens smak, livsstil og verdier.

*”De leser Morgenbladet og går mye på kafé i Oslo. På Kunstnernes Hus for eksempel.”*²⁴

Kultureliten er kresne og foretrekker det smale og opphøyde, og dette gjelder blant annet for mediebruken deres: *”De få mediene kultureliten aller nådigst innrømmer at holder mål, kjennetegnes alle av at de knapt har lesere, seere eller lyttere”*²⁵. De leser Morgenbladet, Samtiden og Klassekampen, hører på P2 og gjerne Dagsnytt 18. De setter likhetstegn mellom ”kommersielt” og ”slapt/feigt/dårlig”²⁶, og er av den grunn negative til bestsellere, til det markedet og ”folk flest” liker – de skyr VG²⁷, kritiserer Tore på Sporet,²⁸ forakter Big Brother²⁹ og Se og Hør³⁰, og er mot Grand Prix³¹. Kulturelle produkter som gjerne beskrives som ”folkefavoritter” faller altså ikke i god jord hos kultureliten, og en overordnet karakteristikk av kulturelitens smak synes altså å være noe annet enn folkets smak. Når markedet og folket legger sin elsk på et kulturelt produkt – når de *”får snusen i den «riktige» stilen”*³² må kultureliten finne på noe nytt, for *”kultureliten har aldri likt at tingene de tilber med sin opphøyde smak blir omfavnet av andre”*,³³ som det kommer til uttrykk i dette tekstutdraget:

(...) for en del år siden var Thailand og senere Vietnam et yndet reisemål for kultureliten), (...) i dag er Thailand og Vietnam «ødelagt» av turisme, da drar kultureliten til Iran eller Pakistan.(...) Når mange nok sier at hvitløk er den nye ketchupen, må nok kultureliten, og deretter økonomieliten, gå over til ingefær.³⁴

En del av omtalene går så langt som til å hevde at det at ”folk flest” misliker noe, for eksempel et kunstverk, er en verdi i seg selv for kultureliten: *”Folk flest synes visst at*

²⁴ Dagens Næringsliv Morgen, 26.05.2007

²⁵ Dagsavisen Morgen, 17.01.2003

²⁶ Aftenposten Morgen, 24.02.2004

²⁷ Dagsavisen Morgen, 19.05.2003

²⁸ VG, 15.09.2007

²⁹ Bergens Tidende Morgen, 06.07.2001

³⁰ Adresseavisen, 20.04.2007

³¹ Adresseavisen Morgen, 13.05.2000

³² Dagbladet, 14.02.2004

³³ Dagbladet, 20.11.2007

³⁴ Klassekampen Morgen, 01.09.2004

meteoren er forferdelig stygg. Ikke kunst. De provoseres. Så har vi kultureliten som mener meteoren er stor kunst fordi folk flest synes den er stygg og provoseres.”³⁵

”Dette er ikke for kultureliten, men for vanlige mennesker som liker å lese en god historie” ³⁶

Denne distinksjonen mellom kulturelitens og folkets smak kommer til uttrykk i en formulering som stadig dukker opp i datamaterialet, nemlig beskrivelsen av en eller annen form for kulturelt produkt som ”ikke for kultureliten” eller ”bare for kultureliten”, og en beslektet variant, ”både for folket og kultureliten”/”ikke bare for kultureliten” – som i disse to eksemplene: *”Teatersjefen ved Teatret Vårt i Møre og Romsdal, Edvard Hoem, vil lage teater for folk flest og ikke bare for kultureliten”*³⁷, og *”Fremskrittspartiet kritiserer kulturminister Valgerd Svarstad Haugland (KrF) for å ha lagt fram en melding som ikke er for folk flest, men for kultureliten.*”³⁸ Kultureliten og folket som målgrupper konstrueres altså som atskilt og forskjellige.

”Caffelatte-drikkande åndssnobbar med urbane adresser” ³⁹

Kultureliten beskrives gjennomgående som urban, bosatt i byer og særlig i Oslo – i *”blendahvite hagebyer”*⁴⁰. Fritiden bedriver de med å drikke rødvin, Chablis eller caffè latte på café, eller med å gå på teaterpremierer, galleriåpninger og festspill, i operaen og konserthuset. De drar på vinferie til Toscana eller Bourdeaux, eller til eksotiske reisemål som Iran eller Pakistan, og de er *”lykkelig indoktrinert til å kun spise Sushi og annen fiskemat, oliven, unngå kjøttmat men skryte av at de liker «spennende» (!) mat.*”⁴¹

³⁵ Stavanger Aftenblad, 31.01.2006

³⁶ NTBtekst, 12.07.1993

³⁷ NTBtekst, 04.05.1999

³⁸ NTBtekst., 29.08.2003

³⁹ Bergens Tidende, 14.05.2007

⁴⁰ Aftenposten A-magasinet, 21.09.2007

⁴¹ Aftenposten Morgen, 18.05.2007

*”For Hagen er det okay med ulikhet og materialisme. Dette er provoserende for kultureliten og de velutdannede.”*⁴²

Kulturelitens politiske preferanser beskrives gjennomgående som venstreorienterte, og flere omtaler knytter kultureliten til typiske venstrevridde holdninger som USA-skepsis, nei til EU- og NATO-medlemskap, og anti-krigsholdninger eller pasifisme. Omtaler av det som kan kalles ”kulturelitens verdier” er i tråd med denne venstreorienteringen – de er redde for *”intellektuell forflatning og plastikkultur”*⁴³, og skeptiske til kommersialisering, markeds- og forbrukstenkning. De opphøyer det åpne og liberale, og gir heder og ære til folk som Shabana Rehman, som utfordrer *”patriarkalske og autoritære tenkemåter”*⁴⁴, og som tør *”å snakke om og ta opp til debatt temaer som ikke «selger» i det kommersielle mediesamfunnet”*⁴⁵ (Protestfestivalen i Kristiansand). Kultureliten er engasjert i blant annet landskapsarkitektur, kultur-, språk- og mediepolitikk, og skriver gjerne protestskrift, for eksempel i forbindelse med Dagbladets omlegging til tabloidformat – *”Kultureliten med Brikt Jensen i spissen forfattet fengende protestskriv. En avvenningskur for skuffede Dagbladister ble lansert.”*⁴⁶

Smak- og livsstilsdiskurs

I omtalene jeg har beskrevet ovenfor representeres kultureliten ut fra et visst perspektiv, et perspektiv som handler om smak, politiske preferanser, verdier, forbruksmønster, bosted og fritid – kort sagt *livsstil*, i bourdieusk forstand. På denne måten griper noe som kan kalles en *smak- og livsstilsdiskurs* inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet, og tegnet kulturelite får en rekke konnotasjoner knyttet til seg, for eksempel urban, venstreorientert, distingvert, kresen, og disse bidrar til å bygge opp ”myten om kultureliten”. Et viktig aspekt her er måten kulturelitens smak fremstilles som en motsats til, som distingvert fra folk flests eller folkets smak. Formuleringer som ”Ikke for kultureliten”, ”bare for kultureliten” og ”ikke bare for kultureliten” er utbredte formuleringer som benyttes med selvfølgelighet. Denne typen

⁴² VG, 14.09.1997

⁴³ Dagens Næringsliv Morgen, 06.07.2002

⁴⁴ Aftenposten Morgen, 01.08.2002

⁴⁵ Fædrelandsvennen, 30.09.2005

formuleringer peker mot – og bidrar i så måte til å konstruere – eksistensen av et skille mellom smaken til folk flest og smaken til kultureliten. En funksjon av myter er å forenkle forholdet mellom elementene i et tegnsystem, og denne typen omtaler bidrar til å bygge opp under det (mytiske) motsetningsforholdet mellom tegnene ”folket/folk flest” og ”kultureliten”. Begge disse tegnene er flytende betegnelser, altså tegn som er spesielt åpne for betydningstilskrivelse, og denne smaks- og livsstilsdiskursen forsøker altså å innholdsutfylle tegnene og fryse dem i et visst forhold til hverandre, som nodalpunkter. Kulturelitetetegnet henter dermed mening fra sin forskjellighet til ”folket/folk flest”, samtidig som tegnet ”folket/folk flest” henter mening fra sin forskjellighet fra kulturelitetetegnet. De ovennevnte formuleringene innebærer dessuten en anerkjennelse av at forskjellige kulturprodukter har forskjellige målgrupper, noe som peker mot en vedvarende og dyptliggende konflikt på smaks- og kulturfeltet, nemlig forholdet mellom popularitet og bredde og kvalitet. Denne konflikten skal jeg komme tilbake til senere.

Omtalene om kulturelitens smak og livsstil er preget av konsensus, ikke konflikt. Det vil si at beskrivelsene peker i samme retning, det er ingenting som bryter med bildet, og til sammen utgjør omtalene en helhetlig ”pakke”, en livsstil. Kultureliten konstrueres som en gruppe som bruker smak og forbruk for å distingvere seg, som har smalere og mer eksklusiv smak enn folket eller folk flest, de er innehavere av kulturell eller åndelig kapital, deres politiske preferanser er venstrevridde, og de er negative til materialisme og kommersialisering. Totalt sett forsterkes inntrykket fra avsnitt 4.2 – kultureliten fremstår som en gruppe som passer godt inn i Bourdieus sosiale rom, plassert på venstre side, blant de som har overvekt av kulturell kapital fremfor økonomisk, og temmelig høyt oppe, i egenskap av sin relativt store mengde samlede kapital. Alt i alt virker det som om kulturelitebegrepet, slik det fremstår i denne type omtaler og diskurs, i stor grad er bygget opp etter et bourdieusk mønster. Dette gir støtte til Skarpenes’ påstand om at tanken om kultur som sosial grensedragningsmekanisme fungerer som en selvfølge, som *doxa*. I følge den norske likhetstenkningen, og blant annet Skarpenes (2007) og Ytreberg (2004) eksisterer det i liten grad en kulturelite i bourdieusk forstand – altså en gruppe som distingverer seg gjennom sin

⁴⁶ Aftenposten Morgen, 25.10.1986

opphøyde smak – i Norge. Men tekstlig og medialt eksisterer det i hvert fall en temmelig klar forestilling om en kulturelite.

4.4 Makt og nettverk

I en del av omtalene av kultureliten knyttes begrepet til *makt- og nettverk*. Denne typen omtale er, som tabellen under viser, så å si fraværende gjennom 1980- og 1990-tallet (jeg finner én omtale av kultureliten som alliert med den politiske eliten i materialet fra 1980-tallet), men er absolutt til stede på 2000-tallet.

Tabell 6: Forholdet mellom omtalekategorien ”Kulturelitens makt og nettverk” og andre kategorier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|---|-------------|------|-------------|-----|-------------|------|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Omtaler om kulturelitens makt og nettverk | 1 | 2,2 | - | - | 91 | 6,5 | 92 | 5,3 |
| Andre omtaler | 44 | 97,8 | 271 | 100 | 1316 | 93,5 | 1631 | 94,7 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 | 1723 | 100 |

Det er en generell tendens i materialet at ettersom brukshyppigheten øker, øker også ”spredningen” i omtalene – det kommer altså til nye former for omtale. I så måte er det ikke så overraskende at denne omtalekategorien dukker opp først på 2000-tallet. Jeg mener likevel at fraværet av akkurat denne formen for omtale gjennom hele 1980- og 1990-tallet er spesielt interessant, fordi det dreier seg om nettopp makt og nettverk, noe som er nært knyttet til elitebegrepet. Kanskje kan forklaringen være at ”kultureliten” over tid har konsolidert seg mer som et fenomen, som en faktisk gruppe, og har fått tilskrevet flere egenskaper, blant annet makt.

Tabell 7: Omtaler om kulturelitens makt og nettverk, 2000-tallet

| TYPE OMTALE | 2000-tallet | |
|---|-------------|------|
| | Antall | % |
| Lukket nettverk/felt | 48 | 52,7 |
| Styrer/kontrollerer norsk kulturliv, bevilgninger/offentlige kulturmidler | 15 | 16,5 |
| Definisjonsmakt | 14 | 15,4 |
| Dominerer offentligheten/mediene, stenger for andre stemmer | 14 | 15,4 |
| Totalt | 91 | 100 |

Omtalene som knytter kulturelitebegrepet til makt og nettverk er tett sammenvevde, men kan grovt sett deles inn i fire underkategorier. Den første og største av disse er omtaler om

kultureliten som et lukket nettverk eller felt. Dette nettverket har sine egne ”*rådende sannheter*”⁴⁷, et ”*usynlig kastesystem*”⁴⁸, som det ikke er alle forunt å slippe inn i:

Gjennom nettverkssystemer utveksler kultureliten goder, samtidig som andre holdes ute gjennom manglende kjennskap til deres sosiale koder.⁴⁹

Det krever altså kompetanse for ”*å komme inn i kulturelitens nettverk*”⁵⁰, for eksempel ”*kunnskap om kulturarven*”⁵¹. Denne typen omtale konstruerer kultureliten som et *felt* i bourdieusk forstand – altså som et avgrenset samfunnsmessig område med bestemte regler og en egen form for common sense – doxa, og med egne inngangskriterier, som sørger for at kun folk med den rette habitus slipper inn (Bourdieu 1991:132 og 138; Bourdieu 2000:9-10).

Kultureliten omtales også som et lukket nettverk i den forstand at det er ”*lite innsyn i kulturelitens maktrom*”.⁵² Denne mangelen på innsyn presenteres gjerne som noe kultureliten etterstreber, de ”*neker å la seg analysere*”,⁵³ som i dette tekstutdraget : ”*Den makten kultureliten utøver er bare så underkjent, fordi det er kultureliten som forsker og debatterer – og de ønsker ikke å synliggjøre sin makt.*”⁵⁴ En annen årsak til at kultureliten ikke ønsker fokus på sin egen makt fremkommer her: ”*Maktforbindelser mellom den økonomiske overklassen, politikere og folk fra kultureliten kan være av en art som de involverte selv ikke ønsker oppmerksomhet rundt.*”⁵⁵ Kultureliten ønsker altså ikke å studeres og granskes, fordi de vil at makten de selv utøver skal forbli usynlig og underkjent, og fordi de har tvilsomme forbindelser med andre eliter i samfunnet.

⁴⁷ Dagens Næringsliv Morgen, 09.09.2006

⁴⁸ Dagbladet, 26.02.2005

⁴⁹ Dagbladet, 02.04.2006

⁵⁰ VG, 18.11.2007

⁵¹ Aftenposten Morgen, 23.03.2006

⁵² Bergens Tidende Morgen, 22.02.2004

⁵³ Klassekampen Morgen, 11.11.2002

⁵⁴ Klassekampen., 30.03.2007

⁵⁵ Dagbladet, 07.08.2005

Den andre underkategorien består av omtaler av kultureliten som innehavere og utøvere av makt når det gjelder kulturpolitikk og hvordan offentlige midler og bevilgninger skal fordeles:

Uheldigvis har denne mangelen på dissenter gjort at kulturpolitikkerne har slukt den akademiske kulturelitens kultursyn rått, og konstruert et system der denne eliten av «kontinentalt orienterte» teoretikere sitter og bestemmer hva som skal regnes som støtteverdig kultur. Stalin kunne ikke gjort det mer autoritært.⁵⁶

Med sitt ”klamme grep over norsk kulturliv”⁵⁷ bestemmer kultureliten i hvilken retning kulturen skal utvikle seg⁵⁸, noe som medfører at ”(...) norske museer er proppfulle av offentlig innkjøpt kunst som aldri blir vist frem. Innkjøpsordningen sørger for at norske biblioteker stadig får tilsendt bøker som folk ikke er interessert i å lese”⁵⁹.

Den tredje kategorien innebærer omtaler av kultureliten som en gruppe med definisjonsmakt, eller ”estetisk eiendomsrett”⁶⁰. Kultureliten har makt til definere hva som er god eller dårlig smak, for eksempel ”hva som er «riktig» interiør til enhver tid”.⁶¹ Gjennom sitt forbruk påvirker kultureliten andre forbrukere, og ”dikterer - gjennom sitt forbruk – hvordan verden skal forstås”.⁶²

Kulturelitens definisjonsmakt rekker ut over smaksfeltet, og over i politikken:

Kultureliten har med si definisjonsmakt stempla Frp som eit reservoar for politisk ukorrekte haldningar. Frp er truleg det partiet som best har greidd å fylle det politiske vakuumet som fragmenteringa av arbeidarklassa har lete etter seg.

Likeins har den same eliten formsydd det nedsettande Harryomgrepet etter kurvene til den folkelege kulturen. På denne måten blir to av landets største folkerørsler umyndiggjorde og marginaliserte av krefter som har kulturell makt til å gjera nettopp dette. Frp og Harrykulturen blir interneringsleirar for «folk flest», der caffelatte-drikkande åndssnobbar med urbane adresser opererer som årvakne fangevaktarar.⁶³

⁵⁶ Dagbladet, 14.09.2005

⁵⁷ VG, 14.06.2006

⁵⁸ F. eks. Dagbladet, 09.06.2007, VG, 12.05.2006

⁵⁹ VG, 12.05.2006

⁶⁰ Dagbladet, 09.04.2008

⁶¹ Dagbladet, 14.02.2004

⁶² NTBtekst, 22.07.2004

⁶³ Bergens Tidende, 14.05.2007

Kultureliten fremstilles her altså som en gruppe som har såpass mye kulturell makt at de kan utfordre makten til ”to av landets største folkerørsler” – nemlig FrP og den folkelige kulturen – og klare å umyndiggjøre og marginalisere disse. Kultureliten konstrueres her som en gruppe med en form for *hegemonisk makt*, altså en gruppe som får gjennomslag for sine representasjoner og definisjoner, sin ”versjon av verden” (Fairclough 2003:45).

Den fjerde typen av omtaler konstruerer kultureliten som en gruppe med makt i den forstand at de har tilgang til offentligheten for å få eksponert seg og luftet sine meninger. Kultureliten er en gruppe som ”*aldri mangler spalteplass i Dagbladet*”⁶⁴; de får, sammen med akademikere og kjendiser, ”*kravle rundt i avisspaltene*”⁶⁵. I motsetning til ”folk flest” blir kultureliten ”*invitert tilbake etter å ha deltatt i media*”⁶⁶. Folk flest slipper nemlig ikke til i offentligheten, blant annet fordi kultureliten er ”*opptatt av å forsvare sitt ytringsmonopol*”⁶⁷.

Makt- og nettverksdiskurs

Den typen omtaler som jeg har beskrevet her, setter kulturelitebegrepet inn i en *makt- og nettverksdiskurs*, og dette bidrar til å bygge opp myten om kultureliten. Kultureliten fremstilles som en mektig gruppe, på flere forskjellige måter: De har makt i form av å være et lukket nettverk eller felt, med lite innsyn og med forbindelseslinjer til andre maktnettverk, de har makt på kulturfeltet og styrer hva som skal bevilges offentlig støtte på området, de har definisjonsmakt, og de har makt i form av spalteplass og tilgang til mediene. Sett mot et bakteppe av Norge som et egalitært land, der makttynghet i stor grad finnes i grasrotbevegelser som fagforeningene og målrørsla, fremstår den makt som kultureliten har – makt i kraft av sin opphøyde smak – som mistenkelig og illegitim. Kulturelitens makt over norsk kulturliv fremstilles som en uting – kultureliten styrer kulturen i en retning som ikke er

⁶⁴ Aftenposten Morgen, 20.03.1989

⁶⁵ Aftenposten A-magasinet, 21.09.2007

⁶⁶ Dagbladet, 22.10.2006

⁶⁷ Dagbladet, 01.12.2002

i tråd med det folk flest ønsker. Dette kommer jeg også nærmere inn på i neste avsnitt, hvor jeg tar for meg omtaler av hvordan kultureliten trer sin smak ned over hodene på folk.

Alt i alt stemmer beskrivelsen av kultureliten fortsatt godt overens med Bourdieus teorier. Kultureliten fremstilles som en gruppe som dikterer hva som er den legitime og gode smak gjennom sin smak og sitt forbruk, hvordan folket streber etter dette, og hvordan kultureliten stadig flytter grensene, slik at folket aldri når helt opp. Kultureliten fremstilles også som et lukket nettverk eller felt, der det kreves den rette form for habitus og kapital for å få inntreden.

4.5 Forakt og arroganse

Kultureliten tillegges svært ofte ”ovenfra-og-ned”-type holdninger. Nedenfor følger et utvalg karakteristikk som går igjen for å beskrive kultureliten:

- Forakt/folkeforakt
- Snobber/åndssnobber
- Elitistiske
- Oppblåste egoer
- Høyne sete
- Snørrhovne
- Paternalistiske
- Forståsegpåere
- Bedrevitende
- Smaksdommere/smakspoliti/smaks-pisk
- Ser ned på/herser med/mobber vanlige folk
- Moralister
- Barnehagetantepolitikere
- Hevet over hopen
- Nedlatende
- Arrogante
- Fordømmende
- Undertrykkende

Denne omtalekategorien har økt kraftig i omfang, som tabellen under viser:

Tabell 8: Forholdet mellom omtalekategorien "Omtaler om kulturelitens forakt, arroganse og ovenfra-og-ned-holdninger" og andre kategorier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|--|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Omtaler om kulturelitens forakt/som smaksdommere | 2 | 4,4 | 26 | 9,6 | 208 | 14,8 | 236 | 13,7 |
| Andre omtaler | 43 | 95,6 | 245 | 90,4 | 1199 | 85,2 | 1487 | 86,3 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 | 1723 | 100 |

Antall omtaler av denne typen tidobles altså fra tiår til tiår – fra 2 på 1980-tallet, 26 på 1990-tallet og til 208 på 2000-tallet. At antallet øker er ikke så overraskende, tatt i betraktning at det totale antallet omtaler også øker kraftig, men ikke i nærheten av i samme grad. Denne kategorien er blant de største omtalekategoriene på 2000-tallet, og utgjør ca. 1/7 av det totale antall omtaler i denne tidsperioden. Konnotasjoner av denne sorten synes altså å spille en mer og mer sentral rolle i konstruksjonen av kulturelitebegrepet.

Tabell 9: Omtaler om kulturelitens forakt, arroganse og ovenfra-og ned-holdninger

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|--|-------------|-----|-------------|------|-------------|------|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Forakt/arroganse/ovenfra-og-ned-holdninger/trækker på folk. bedre enn folk flest | 1 | 50 | 7 | 26,9 | 187 | 89,9 | 195 | 82,6 |
| Voktere av den gode smak/smaksdommere | 1 | 50 | 19 | 73,1 | 21 | 10,1 | 41 | 17,4 |
| Totalt | 2 | 100 | 26 | 100 | 208 | 100 | 236 | 100 |

Denne kategorien kan grovt sett deles i to. Den første gruppa består av omtaler av kultureliten som utøvere av forakt og arroganse overfor folk flest og deres smak. Den andre innbefatter omtaler av kultureliten som smaksdommere, som en gruppe som har utnevnt seg selv til voktere av den gode smak, og som i kraft av sine posisjoner kan bestemme på

kulturfeltet, og avgjøre hva slags kulturtilbud folk skal få. Omtalegruppene er altså svært tett sammenvevd, og det er heller snakk om to nyanser innenfor samme tematikk enn to forskjellige kategorier.

Den første underkategorien beskriver kultureliten som en gruppe som latterliggjør, ser ned på, rynker på nesen av og utøver forakt og arroganse ikke bare overfor folkefavoritter som Se og Hør, kiosklitteratur, turer til Syden, campingliv, grilldress, Idol eller Big Brother, men også overfor selve "folket" - "*vanlige mennesker som liker danseband, campingliv og Grandiosa-pizza*".⁶⁸ Generelt forakter kultureliten "*det ordinære og folkelige*".⁶⁹ Denne forakten for det folkelige er, ikke overraskende, lite populær, som det kommer til uttrykk i følgende tekstutdrag, hentet fra et intervju med trendanalytiker og musiker Thomas Seltzer: "*Venstresidas og kulturelitens store paradoks er forakten for folket. En forakt jeg selv forakter.*"⁷⁰

Et tema som stadig dukker opp i datamaterialet er kulturelitens holdninger til Grandiosa: "*Grandiosa pizza er foraktet av kultureliten, fordømt av verdikommisjonen og elsket av folket*".⁷¹ Denne fremstillingen av kulturelitens forhold til Grandiosa er interessant. Eivind Jacobsen (2004) skriver om forholdet mellom mat og kultur: Mat er kulturelt forankret, og fortolkes og henter mening i henhold til sosialt og kulturelt definerte kategorier. Smak og distinksjoner er tett sammenvevd med mat, og på samme måte som andre kulturelle produkter, er mat hierarkisk organisert – god smak hører hjemme i de øvre klasser. Maten får i så måte både sosial, symbolsk og moralsk karakter, og bidrar til å dra opp symbolske linjer mellom folk – mat kan altså være symbolsk ladet (Jacobsen 2004:59-62 og 70). I dette tilfellet fremstår Grandiosa – som med slagordet "Smaken alle elsker" er Norges mest solgte pizza – som metonym for det folkelige, som peker fra en del til en helhet, fra ett element til en hel livsstil. Når kultureliten, i hvertfall tekstlig, bannlyser og forakter Grandiosaen, blir det som en indirekte form for bannlysning av og forakt for folk flest, noe som videre bygger opp under det mytiske motsetningsforholdet mellom kultureliten og folket.

⁶⁸ VG, 18.04.2007

⁶⁹ Bergens Tidende Morgen, 19.01.2002

⁷⁰ Klassekampen Morgen, 11.11.2002

⁷¹ Adresseavisen, 12.05.2007

Den andre typen av omtaler beskriver kultureliten som bedrevitere og smaksdommere, som voktere av den gode smak og som barnehagetantepolitikere – altså som en gruppe som påberoper seg å inneha den riktige eller legitime smak, og som i kraft av dette bør bestemme for eksempel hva slags kulturuttrykk som er verdige til å motta statsstøtte. Dette kommer til uttrykk i det følgende tekstutdrag, hentet fra et intervju med Fremskrittspartiets kulturpolitiske talsmann Ulf Erik Knudsen:

Svarte klær og hår i ansiktet. Det er ikke bare kunstnerne Knudsen gjennomskuer. Han vet hvem som er de virkelige smaksdommerne i kunsten.

- Det er en liten gruppe mennesker som sitter og bestemmer hva vi gjør med offentlige midler. Det gjør meg så sint!

Knudsen snakker om kultureliten. Gruppa Frp har utropt til sin hovedfiende.⁷²

Det finnes i materialet svært mange uttrykk for at kultureliten utfører sin oppgave som forvaltere av kulturmidler på en måte som ikke er i tråd med hva folk flest ønsker. De *”trer sin smak ned over hodene på folk”*⁷³, de *”sløser med skattebetalernes penger og kjøper inn kunstverker som ingen vil ha”*⁷⁴. Kultureliten vet nemlig best, og alle som ikke deler deres standpunkter er *”harry, kulturløse personer som ikke vet sitt beste”*⁷⁵

Diskursen om kulturelitens forakt og arroganse

Denne typen omtaler setter kulturelitebegrepet inn i en diskurs som handler om forakt og kulturelt overformynderi, og dette bidrar til å bygge opp myten om kultureliten. Kultureliten fremstilles som en lite sympatisk gruppe, som rakker ned på folket og det de liker, og som påtvinger andre sin egen smak, og kulturelitetegnet får knyttet til seg konnotasjoner som arroganse og forakt. Denne typen omtaler bidrar til å konstruere og bygge opp under forestillingen om eksistensen av et skille mellom kultureliten og folk flest. En slik fremstilling av kultureliten og ikke minst av forholdet mellom kultureliten og folket har retorisk og politisk potensial. En usympatisk gruppe som utøver folkeforakt egner seg godt

⁷² Dagens Næringsliv Morgen, 26.05.2007

⁷³ Dagsavisen Morgen, 10.09.2003

⁷⁴ Nordlys Morgen, 13.03.1990

⁷⁵ VG, 11.05.2007

som motstander, og kultureliten benyttes da også ofte som skyteskive i kulturdebatter. I tillegg peker denne typen omtaler mot en diskurs som dreier seg om fordeling og prioritering av offentlige midler, og dessuten mot et møte mellom motstridende verdigrunnlag på kulturfeltet, noe jeg kommer nærmere inn på senere.

I bidragene fra blant annet Vike, Henningsen, Ytreberg og Skarpenes som jeg presenterte innledningsvis i oppgaven, hevdes det at Norge preges av en folkelig kode, en utbredt likhetstanke som gir opphav til en norm om at det å felle kulturelle eller smaksmessige dommer er på linje med å felle moralske dommer – det er noe man ikke gjør. På bakgrunn av dette bildet av det norske samfunns normer synes smaks- og kulturfeltet å være et potensielt minefelt for den som forsøker å hevde seg på dette området. Omtalene av kultureliten som jeg har presentert i dette avsnittet er i tråd med denne beskrivelsen av det norske samfunns normer når det gjelder smak og kultur – det å klassifisere og hierarkisere kulturuttrykk oppfattes som uttrykk for forakt og arroganse, og er gjenstand for negative sanksjoner.

4.6 Fordeling og prioritering

En type omtale som i økende grad dukker opp i datamaterialet, er av typen som fremstiller kultureliten og deres interesser som en motsats til interessene til andre grupper i samfunnet når det dreier seg om fordeling og prioritering av offentlige midler.

Tabell 10: Forholdet mellom omtalekategorien "Omtaler om fordeling og prioritering" i forhold til andre kategorier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår | |
|---|-------------|-----|-------------|------|-------------|------|-----------|------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Kultureliten tildeles og tildeler penger som burde vært brukt til andre ting – f. eks. barn, eldre, helse | - | - | 5 | 1,8 | 32 | 2,3 | 37 | 2,1 |
| Andre omtaler | 45 | 100 | 266 | 98,2 | 1375 | 97,7 | 1686 | 97,9 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 | 1723 | 100 |

Et typisk eksempel på denne typen omtale er hentet fra et leserinnlegg i debatten rundt kulturhuset "Kilden" i Kristiansand:

Det syntes heller paradoksalt å lese at en stakkars dødssyk kvinne må ut av sykehuset på grunn av dagens økonomi, men stort konserthus - det har vi råd til. Det er nok et faktum at stordelen av byens befolkning heller vil støtte at denne stakkars kvinnen får bli på sykehuset der hun kan ha pleie 24 timer i døgnet.

Hva er grunnen til at kultureliten ønsker dette gigantiske konserthuset? Det kan da umulig være at vi her i byen absolutt ikke kan finne oss i at Arendal ligger "en foran oss". At vi må få et mye finere bygg enn de har. Trenger vi egentlig et så stort og ruvende bygg nede i havna? Og det mens vi så sårt trenger penger til omsorg og skoler og til å bygge barnehager og ikke minst nye veier her på Sørlandet. Hvorfor skal dette mindretallet få bestemme over våre penger? ⁷⁶

Dette tekstutdraget er et godt eksempel på to tendenser som går igjen i omtalen av kultureliten. For det første omtales kultureliten ofte enten som en gruppe som forvalter fellesskapets penger, eller som en gruppe som har makt til å skaffe seg tilgang til disse pengene – i dette eksempelet fremstilles de som et mindretall som bestemmer over "våre penger". For det andre settes det kultureliten ønsker å bruke penger på gjerne opp mot andre og svakere grupperes ønsker og behov, og fremstilles ofte som noe urettmessig, unødvendig eller uønsket. I eksempelet ovenfor er det deres ønske om å bygge konserthus – et "stort og ruvende bygg" – som settes direkte opp mot behovene til "en stakkars dødssyk kvinne", samt "vi'ets", fellesskapets, behov for penger til sentrale samfunnsoppgaver: omsorg, skoler, barnehager og veier. Forslaget om å bygge konserthus fremstilles i teksten som om det har opphav i en gruppes – kulturelitens – ønsker og ambisjoner om å konkurrere med Arendal. Forslaget fremstår dermed som noe tvilsomt, og på denne måten undermineres det.

Den samme formen for argumentasjon kan gjenfinnes flere steder i datamaterialet, som i eksempelet under:

Det er helt tydelig at de som nå går i spissen for kultureliten er mennesker som vet å trekke i riktige tråder for å få til eget bruk. Samtidig kan ikke de som er svakest i samfunnet rope høyt selv.⁷⁷

Også her fremstår kultureliten som en mektig gruppe med mulighet til å skaffe seg midler til å oppfylle sine ønsker, i kontrast til de svake i samfunnet som ikke har denne muligheten.

⁷⁶Fædrelandsvennen, 27.03.2007

⁷⁷Agderposten, 29.11.2007

En lignende, men noe mer ekstrem form for omtale fremstiller kultureliten som en gruppe som bruker andres penger – de *”nærmest slåss om å overgå hverandre i hvem som kan svi av mest mulig av andres penger på kortest mulig tid”*⁷⁸, de *”har et sugerør ned i kommunekassen og på toppen av det hele bruker penger som noen fulle sjøfolk”*⁷⁹ – og de bruker det på noe som fellesskapet ikke trenger eller ønsker – de *”sløser med skattebetalernes penger og kjøper inn kunstverker som ingen vil ha”*.⁸⁰ Disse ”andre” som blant annet *”betaler kulturelitens operagilde”*⁸¹ er for eksempel *”arbeiderklassen”*⁸², *”skattebetalerne”*⁸³, *”befolkningen på østkanten”*⁸⁴ eller *”felleskassa”*⁸⁵.

Figuren på neste side er en systematisering av et utvalg tekster, og gir en tydelig illustrasjon på hvordan kultureliten og det kultureliten ønsker settes opp mot andre grupper og andre saker.

⁷⁸Stavanger Aftenblad, 13.04.2005

⁷⁹Fædrelandsvennen, 03.10.2005

⁸⁰Nordlys Morgen, 13.03.1990

⁸¹Klassekampen, 02.09.2005

⁸²Nordlys Morgen, 13.03.1990

⁸³Klassekampen, 02.09.2005

⁸⁴Dagens Næringsliv Morgen, 18.12.2006

⁸⁵Fædrelandsvennen, 26.01.2008

| Kultureliten/kulturelitens ønsker og interesser | Versus | Andre grupper/saker |
|--|--------|---|
| Gigantisk konserthus ⁸⁶ | | Stakkars dødssyk kvinne |
| Bestemmer over våre penger | ↔ | Omsorg, skoler, veier og barnehager |
| Mindretall | | |
| Vet å trekke i riktige tråder ⁸⁷ | ↔ | De som er svakest i samfunnet |
| | | Kan ikke rope høyt selv |
| Hovedstaden ⁸⁸ | ↔ | Provinsen |
| Bevilges mesteparten av pengene til kultur | | Må bidra med noe sjøl |
| Mer penger å more seg for ⁸⁹ | ↔ | De svakeste av de svake |
| Ressurssterke og kravstore mennesker | | Syke og pleietrengende i nedverdiggende kø |
| Kulturhus – sandkasse for kultureliten ⁹⁰ | ↔ | De svakeste blant oss lider |
| Kulturelitens behov for å leke | | Barnehagebarn som trenger ekstra hjelp |
| | | De svakeste barna |
| Slåss om å overgå hverandre i hvem som kan svi av mest mulig av andres penger på kortest mulig tid ⁹¹ | ↔ | Skattepenger |
| | | De som arbeider og bidrar til fellesskapet |
| Sugerør inn i budsjettpostene ⁹² | | Omsorg og samferdsel |
| Bruker penger som fulle sjøfolk | ↔ | Eldreomsorg, verdig alderdom |
| Finkultur | | Ordentlig skole |
| Kulturhus | | Grunnleggende velferdsoppgaver |
| Orkesterplass når ”lys og luft” fordeles ⁹³ | ↔ | Befolkningen på østkanten risikerer å sitte igjen med regninga |
| Kulturhuset ”Kilden” – sluker milliardbeløp ⁹⁴ | ↔ | Felleskassa |
| Kulturelitens operagilde ⁹⁵ | ↔ | Arbeiderklassen betaler |
| Den ”proffe” kultureliten – tar større og større deler av kulturbudsjettet ⁹⁶ | ↔ | Frivillig kulturarbeid blant barn og unge – alle kultursatsings fundament |

⁸⁶ Fædrelandsvennen, 27.03.2007

⁸⁷ Agderposten, 29.11.2007

⁸⁸ Dagsavisen Morgen, 17.12.2003

⁸⁹ Stavanger Aftenblad, 29.09.2003

⁹⁰ Stavanger Aftenblad, 05.06.2003

⁹¹ Stavanger Aftenblad, 13.04.2005

⁹² Fædrelandsvennen, 03.10.2005

⁹³ Dagens Næringsliv Morgen, 18.12.2006

⁹⁴ Fædrelandsvennen, 26.01.2008

⁹⁵ Klassekampen, 02.09.2005

⁹⁶ Fædrelandsvennen, 27.07.2007

Figur 3: Kultureliten/kulturelitens ønsker og interesser versus andre grupper/saker

Fordeling- og prioriteringsdiskurs

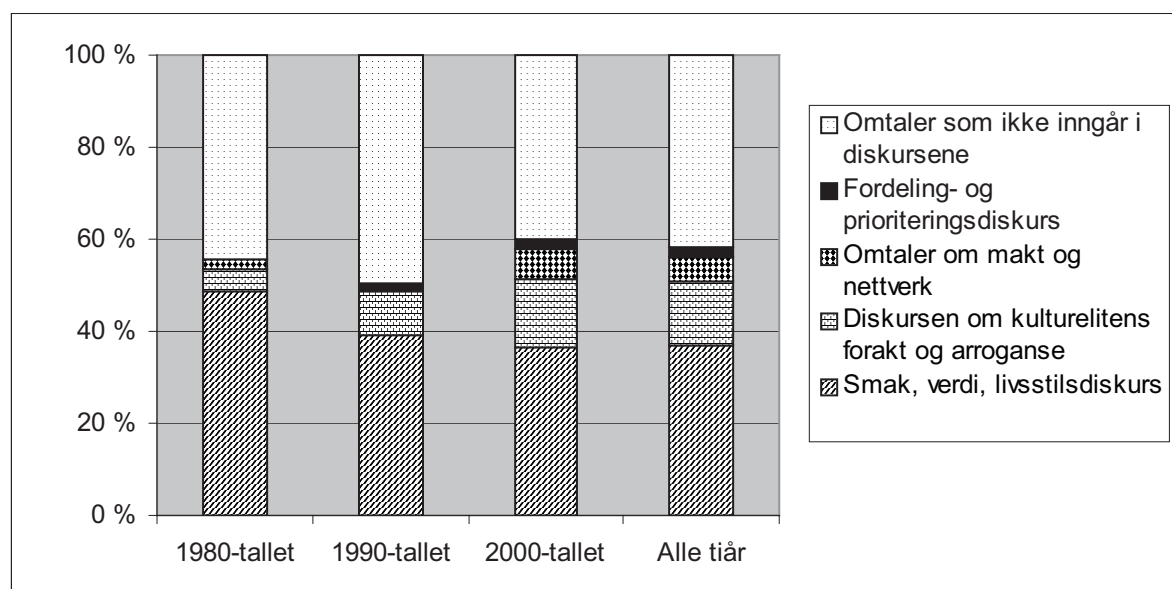
Den typen omtale jeg har beskrevet her, setter kulturelitebegrepet inn i det jeg kaller en ”fordelings- og prioriteringsdiskurs”. Dette bidrar til konstruksjonen av begrepet kulturelite: Kultureliten konstrueres som en mektig gruppe som i kraft av sine ressurser og posisjoner på mer eller mindre tvilsomme måter skaffer seg penger til sine ønsker og interesser, på bekostning av svakere grupper i samfunnet. Denne diskursen er altså i høyeste grad moralsk ladet – her står svake mot sterke, verdige saker mot uverdige. Måten kultureliten fremstilles på i disse omtalene går på tvers av en rekke moralske normer, og knytter an til en nøkkelfortelling i det norske samfunnet, en nøkkelfortelling som handler om normer om anstendighet og medlidenhet, om å stå på de svakestes side, og sympatisere med ”the underdog”. Eksempelene ovenfor kan også sees i forhold til narrativbegrepet. En funksjon av narrativer er at de tillegger aktører visse egenskaper, som fremstiller dem som karakterer – flate, enkle og med spesifikke funksjoner (Fairclough 2003:83). I eksempelene ovenfor utkrystalliserer det seg to hovedroller eller karakterer: Den sterke og mektige (kultureliten), og Den svake og avmektige. På denne måten bidrar denne typen diskurs til sannhetsproduksjon rundt kulturelitebegrepet, ved å bygge opp under en mytisk forenkling, et opposisjonsforhold mellom tegnet ”kulturelite” og forskjellige andre tegn – for eksempel ”eldre”, ”stakkars dødssyk kvinne” eller ”barn”. Disse andre tegnene deler samme type konnotasjoner, for eksempel ”svak” eller ”trengende”. Dette kan betegnes som en binær opposisjon: Kvalitetene verdig, fortjent, berettiget eller moralsk riktighet er kvaliteter som er til stede i det ene, men ikke det andre begrepet. I lys av nettopp denne typen diskursen rangeres derfor tegnene i et over-/underordningsforhold. Dette bidrar til å bygge opp myten om kultureliten – en gruppe som står i et motsetningsforhold til andre og mer verdige grupper. Politikk, i følge Frønes (2001), er en kamp om narrativer eller fortellinger, og om rollefordelingen i disse fortellingene. I så måte er denne formen for omtale om diskurs ladet med politisk og retorisk potensial.

Dette griper også inn i noe jeg skal komme nærmere tilbake til i neste kapittel, nemlig den vedvarende diskusjonen om hvilke prinsipper og kriterier som bør ligge til grunn for

utvelgelsen av hva slags kultur som skal få overleve og hvilke kulturuttrykk som bør tildeles midler.

4.7 Diskursene i tall

I dette kapittelet har jeg presentert omtale av kultureliten, og identifisert og beskrevet fire diskurser som griper inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet. Jeg skal nå gå litt grundigere inn på det tallmessige. Figuren under viser hvor stor andel av omtalene som inngår i disse fire typene diskurser.



Figur 4: Tallmessig forhold mellom diskursene, alle tiår

Figuren viser at omtaler som inngår i disse fire diskursene utgjør ca. 56% av omtalene på 1980-tallet, ca. 51% på 1990-tallet og ca. 60% på 2000-tallet, og ca. 58% når alle tiår ses under ett. Forholdet mellom hvor stor andel av omtalene som inngår i diskursene og hvor stor andel som er utenfor er altså forholdsvis stabilt.

Rangeringen av de fire diskursene etter størrelse er den samme gjennom alle tre tiår og når hele tidsperioden sees under ett. Smak- og livsstilsdiskursen er den tallmessig mest

fremtredende innen alle tre tiår. Herunder går omtalene om hvilke grupper som omtales som del av kultureliten, i tillegg til omtalene om kulturelitens smak, livsstil og verdier. Denne diskursen står for ca. 49% av omtalene på 1980-tallet, ca. 39% på 1990-tallet, ca. 36% på 2000-tallet, og ca. 37% når hele tidsperioden ses under ett.

Den nest største kategorien er diskursen om kulturelitens forakt og arroganse. På 1980-tallet omfatter denne diskursen ca. 4% av omtalene, ca. 10% på 1990-tallet, ca. 15% på 2000-tallet, og ca. 14% for hele tidsperioden.

På tredjeplass er makt- og nettverksdiskursen. Denne diskursen er nesten fraværende på 1980- og 1990-tallet; omtaler som inngår i den utgjør henholdsvis ca. 2% og 0% disse tiårene, ca. 7% på 2000-tallet, og ca. 5% når alle tiår slås sammen.

Den prosentvis minste diskursen er fordelings- og prioriteringsdiskursen. Det finnes ingen slike omtaler på 1980-tallet, på både 1990- og 2000-tallet står den for ca. 2% av omtalene, og den utgjør også ca. 2% av det totale antallet omtaler.

Totalt sett skjer det altså en relativ nedgang i smak- og livsstilsdiskursen, samt i kategorien omtaler som ikke inngår i noen av diskursene. Samtidig skjer det en relativ økning i prosentandelen av omtaler som er knyttet til forakt og arroganse-, makt- og nettverks- og fordelings- og prioriteringsdiskursene. Ettersom dette dreier seg om overordnede tendenser i materialet, ønsket jeg å finne ut av hvorvidt denne endringen i fordelingen av omtaler fra tiår til tiår er statistisk signifikant. For å teste dette gjennomførte jeg en kjikvadrattest. En slik test er velegnet i denne typen tilfelle, fordi den kan brukes til å sammenlikne mer enn to grupper og mer enn to verdier på den avhengige variabelen (Skog 2005:187). I mitt tilfelle er det tre uavhengige variabler, de tre tiårene, og fem avhengige variabler, de fem kategoriene. Nullhypotesen blir som følger:

$H_0 =$ *Det er ingen forskjell mellom årstallene når det gjelder fordelingen av omtaler på de fem kategoriene.*

Valgt signifikansnivå er 1%. Neste steg er å beregne verdiene for den forventede fordelingen gitt at nullhypotesen er sann, altså at det ikke er noen forskjell i fordelingen mellom tiårene. (Tabellen over forventede verdier finnes i vedlegg 4).

Deretter regnet jeg ut testobservatoren kjikvadrat, χ^2 . I mitt tilfelle verdien for $\chi^2 \approx 34,2$. Frihetsgrader i tabellen er 8, og kritisk verdi for 8 frihetsgrader når signifikansnivå 1% er valgt, er 15,51. Verdien for testobservatoren χ^2 overstiger altså kritisk verdi, og min nullhypotese må forkastes: Jeg kan med stor grad av sikkerhet (faren for type I-feil, det vil si å forkaste en korrekt nullhypotese, er under 1%) konkludere med at det er en forskjell fra hva man skulle forventet om H_0 var riktig. Endringen i fordeling fra tiår til tiår er statistisk signifikant.

Denne endringen innebærer altså at andelen i omtaler som inngår i smaks- og livsstilsdiskursen går ned, mens andelen som inngår i forakt og arroganse-, makt- og nettverks- og fordelings- og prioriteringsdiskursene øker. Dette er et interessant funn, fordi de forskjellige diskursene skiller seg fra hverandre på et viktig punkt: Selv om heller ikke smaks- og livsstilsdiskursen er nøytral, er den mindre polarisert og i mindre grad negativt ladet enn de andre formene for diskurs. De tre andre formene for diskurs dreier seg i større grad om avsløring av makt, og er mer eksplisitt kritiske. Dette kan tyde på at diskursene rundt kulturelitebegrepet preges av en vridning mot mer negative, mer polariserte former for diskurs, og denne vridningen bidrar til å innholdsutfylle den flytende betegneren kulturelite.

5. Kultureliten – midt i kampens hete

I forrige kapittel tok jeg for meg omtaler av kultureliten på setningsnivå, og hvordan de forskjellige typene omtaler fordeler seg kvantitativt, og utgjør forskjellige diskurser. Under arbeidet med kategorisering og kvantifisering av materialet ble jeg oppmerksom på visse tendenser som går igjen i materialet, men som befinner seg på et mer overordnet nivå enn det kvantitative materialet. Det dreier seg altså om debatter og prosesser der kulturelitebegrepet har en sentral plassering. I dette kapitlet skal jeg presentere to slike tendenser.

Kulturelitebegrepet har en tendens til å dukke opp i sentrum av debatter rundt kunst og kultur, og jeg vil først drøfte begrepets plassering og anvendelse i slike debatter. Deretter vil jeg gi en beskrivelse av en debatt som foregikk rundt årsskiftet 2007-2008, der kultureliten og kulturelitebegrepet sto sentralt, og drøfte hvordan denne debatten bidrar til konstruksjonen av kulturelitebegrepet.

5.1 Kampen om kulturen

Kulturelitebegrepet forekommer ofte i debatter rundt kunst og kultur. Et stadig tilbakevendende tema i denne type debatter er hvordan man skal definere hva som er gode eller verdige kulturuttrykk. Hva er kunst, og hva skal eller bør det være? Hvilke funksjoner det skal tjene? Hvilke kriterier vurderer man et kunstverks verdi og kvalitet ut fra? Dette er altså prinsipielle og normative diskusjoner, men de har også rent praktiske konsekvenser; hvilke verdsettingskriterier man anvender har stor betydning for hvordan man driver kulturpolitikk, for eksempel når det gjelder hvilke kulturelle prosjekter som skal få tildelt statlige midler.

Hovedstrømningene i disse debattene gripes i stor grad av Dag Solhjells tre verdigrunnlag, som er, kort oppsummert, *det ekskluderende* (kunst for kunstens skyld), *det inkluderende* (kunst for alle) og *det kommersielle* (kunst er god investering) (Solhjell 2001). Disse tre gir til sammen en god beskrivelse av de diskurser som kjemper om definisjonsmakt og hegemoni på kulturfeltet.

I 2007 verserte det flere debatter som peker mot det kulturelle felt som møte- og kamparena for konkurrerende diskurser eller verdigrunnlag. Kulturelitebegrepet dukker stadig opp i disse debattene, som dermed bidrar til å konstruere og innholdsutfylle begrepet. Tre eksempler er debattene rundt Frid Ingulstad og Anne B. Ragdes forfatterskap, og om Ari Behns påfuglservise. 20. januar 2007 skrev Kjetil Rolness en artikkel i Dagbladet med tittelen "Hvem er Frid Ingulstad?" I artikkelen kommer det frem at Norges mestselgende forfatter (med et opplag på fire millioner) er fullstendig ukjent for svært mange nordmenn. Rolness tar et oppgjør med "snobberiet i bokbransjen". Han hevder bokbransjen gjør forfattere som Ingulstad til en pariakaste, som nektes innpass i "det gode selskap" – de omfattes ikke av innkjøpsordningen, mottar ikke litteraturpriser, omtales sjelden i media, og slipper ikke inn i Forfatterforeningen. Artikkelen skaper debatt, blant annet om kriteriene for medlemskap i Forfatterforeningen.

Ari Behns påfuglservise er også gjenstand for diskusjon dette året, etter at Nasjonalmuseets seniorkurator Widar Halén, "*den bedrevitende jålebukken*"⁹⁷, hadde gitt serviset terningkast én. Halén, dr. philos og en av landets fremste autoriteter på feltet design og designhistorie,⁹⁷ får sitt pass påskrevet, blir beskyldt for å utøve "*paveholdninger*" og får tildelt rollen som "*humørløs, usjenerøs forståelse pår som ikke ville slippe renessansemennesket Ari inn i designvarmen.*"⁹⁷

I august samme år blir litteraturviter Kjell Ivar Skjerdingsstad bedt av Dagbladet om en uttalelse om bøkene til Anne B. Ragde.⁹⁸ Han uttaler at han som litteraturviter synes bøkene er "pyton", fulle av stereotype karakterer, klisjeer og fordommer mot homofile. Skjerdingsstad blir nærmest en folkefiende, og omtales blant annet som en elitær akademiker og snobbete intellektuell.⁹⁸

Denne typen debatter har en prinsipiell og generell side, i det de reiser spørsmål om forholdet mellom kvalitet og bredde. Disse debattene kan altså sies å være et uttrykk for et møte mellom flere og til dels motstridende diskurser eller verdigrunnlag, og kan sees både i

⁹⁷ Dagbladet, 27.06.2007

⁹⁸ Adresseavisen, 08.09.2007

forhold til Dag Solhjells verdigrunnlag på det kulturelle felt, og i forhold til Bourdieus begreper felt og feltopprør. Et feltopprør dreier seg om kriteriene for adgang til et felt, og om fordeling og verdi av spesifikk kapital på feltet. ”Opprørerne”, de heterodokse, stiller i dette tilfellet spørsmål som ”Hvorfor får ikke Ingulstad være med i Forfatterforeningen? Hvorfor blir ikke Ragde lest av litteraturprofessorene på Blindern, og hvorfor blir hun aldri en klassiker? Er det slik at bredde nødvendigvis betyr slett kvalitet?” De eksisterende verdsettingskriteriene på feltet utfordres av en konkurrerende diskurs: Det mange liker fortjener anerkjennelse nettopp fordi mange liker det. Når det stilles spørsmål ved et felts regler, verdier og inngangskriterier, tvinges de dominerende til å artikulere og forsvare *doxa* – de selvfølgeliggjorte reglene på feltet. Denne formuleringen av *doxa* – ortodoxa – tvinger regler, verdier og selvsagtheter opp i lyset. I debatten rundt hvorvidt Ingulstad skal få bli medlem i Forfatterforeningen er Anne Oterholm, leder i Forfatterforeningen, og forfatter Ebba Haslund, blant dem som ”artikulerer *doxa*”, i det de forsvare hvorfor Ingulstad ikke bør tilbys medlemskap. Anne Oterholm forklarer at kravene som må oppfylles er at forfatteren må ha skrevet minst to verker av litterær verdi, og vurdering av verkenes litterære verdi er det opp til et råd på ni personer, alle medlemmer av Forfatterforeningen, å vurdere. Dette skal ikke kobles til salgstill.⁹⁹ Haslund uttaler at *”Diktning er språk. Det er språket som skiller Shakespeares blodige tragedier fra et vanlig melodrama. Medlemmer av Forfatterforeningen blir de som har vist evne og vilje til å utøve ordets kunst.”*⁹⁹

Kunstviteren Halèn får på mange måter den samme rolle når han i et intervju blir spurt om det ikke er et vakkert servise Behn har laget. Han sier seg uenig, og utdyper:

Denne påfuglen er et banalt og utbrukt motiv. Hundrevis av andre designere har brukt det siden det først dukket opp på 1800-tallet. Mye har skjedd siden den gang, blant annet har vi hatt en modernisme som sier at vi skal gjøre ting på en annen måte. (...) - Smaken er så som så. Jeg snakker om god design. Det har jeg rede på, og jeg tror ikke mange vil ha fuglefjær om de blir forklart hvorfor det ikke passer. Da får de vite at sånn er det.¹⁰⁰

Samme type rolle får litteraturviteren Skjerdingsstad tildelt, når han blir bedt om å forklare hvorfor Anne B. Ragdes ”Berlinerpoplene” aldri blir en klassiker:

⁹⁹ Dagbladet, 24.01.07

¹⁰⁰ Dagsavisen, 28.04.2007

Alt er ferdig servert, det er flatt og uten driv. Det er ferdigtygd, og vi har attpåtil spist det før. Beskrivelsen av Erlend kunne ha vært en rollemodell for homser for 15 år siden, men ikke i dag. Figuren er foreldet, ikke nyskapende¹⁰¹.

“Forsvarstalene” i alle tre debatter trekker på feltets historie og tradisjoner, og trekker frem verkenes kunstneriske og litterære kvaliteter. Det trekkes i så måte på en diskurs som handler om et verks kvaliteter, uavhengig av mer “demokratiske” hensyn som salgstall eller popularitet. Det henvises altså til det ekskluderende verdigrunnlag – kulturelle uttrykk skal betraktes og bedømmes i seg selv, uavhengig av økonomi, popularitet eller salgstall. Både Forfatterforeningen, Halèn og Skjerdingsstad knyttes til kulturelitebegrepet¹⁰², og i så måte får kultureliten i disse debattene rollen som forsvarerne av det kulturelle feltets eksisterende doxa, og på denne måten knyttes de til det ekskluderende verdigrunnlag.

Denne stadig pågående ”kampen om kulturen” kommer svært ofte til uttrykk i innlegg i debatter rundt tildeling og prioritering av offentlig støtte til kulturelle uttrykk, som i dette eksemplet:

Kulturministeren gjør seg til den fremste talsmann for å drukne den kultur folk selv vil ha, med fremmed kultur som han og hans venner i kultureliten skal velge ut. Det er riktig at Frp mener Mangfoldsåret er en dumhet. Vi mener at all kultur er likeverdig og må konkurrere om folks gunst og offentlig støtte på like vilkår. Hvis noe kultur skal prioriteres må det være vår egen kulturarv, ikke andres.¹⁰³

Dette tekstutdraget er et eksempel på et uttrykk for det inkluderende verdigrunnlag. Her målbæres den holdning at all kultur er likeverdig, og et kulturuttrykks overlevelse skal kun avhenge av hvorvidt det tiltrekker seg et bredt publikum – ikke av kulturelitens smak. Et bredt publikum tyder på at det er snakk om god kunst, og rettferdiggjør tildeling av offentlige støtte. Kulturinstitusjonene ”*bør gi publikum det de vil ha, slik at publikum vil ha kulturinstitusjonene*”.¹⁰⁴ Det handler om ”*å la folk bestemme selv hva som er god og dårlig kultur*”.¹⁰⁵

¹⁰¹ Adresseavisen, 08.09.2007

¹⁰² Adresseavisen, 08.09.07, Dagsavisen, 28.04.2007, Dagbladet, 26.01.2007

¹⁰³ Aftenposten Morgen, 10.11.2006

¹⁰⁴ VG, 14.06.2006

¹⁰⁵ Dagbladet. 30.05.2007

Et annet eksempel er hentet fra et innlegg i en debatt fra 1996, om hvorvidt Operaen skal sette opp musicaler og operetter for å trekke flere “vanlige folk”:

Det beste mål for folks ønsker er besøkstallene, og da også selvsagt antall kroner i billettkassa. Selv Norsk Gallup vil ikke protestere på at dette er en riktig målestokk for smaken til de brede lag av befolkningen. Hvis Bækkelund & Co. ønsker å ha hele Operaen for seg selv og sin form for kultur, vil folk flest oppfatte det som litt råflott, for hvorfor bruke hundrevis av millioner på et operahus hvor folk ikke går, og på opera som bare de færreste ønsker å betale for å se og å høre.

Motstanden fra en liten kulturelite virker meningsløs når man vet hvor mange millioner som pløyes ned i finkulturen over statsbudsjettet årlig.¹⁰⁶

Argumentasjonen i også dette tekstutdraget er altså at kultur bør oppfylle folks ønsker, og at det beste mål på hva folk ønsker er besøkstall. Å bruke masse penger på kulturuttrykk som kun et lite mindretall av befolkningen (kultureliten) er interessert i, er meningsløst.

Det finnes mange uttrykk for det inkluderende verdigrunnlag i materialet. For eksempel finnes det i uttalelser som *”Jeg vil egentlig avskaffe kultureliten. Jeg vil at kunsten skal være i alle lag av samfunnet, i barnehagene og på skolene”*,¹⁰⁷ eller i slagordpregede formuleringer som *”Kunsten ut til folket”*¹⁰⁸, *”Kunst/kultur for folk flest”*¹⁰⁹, *”Mer kultur til flere mennesker”*¹¹⁰. Når det gjelder de to andre verdigrunnlagene, det ekskluderende og det kommersielle, kommer disse først og fremst til uttrykk på en mer indirekte måte, det vil si at det gjerne henvises til dem, ofte gjennom en kritikk av en slik måte å forholde seg til kultur på. Det forekommer derimot svært sjelden at noen argumenterer eksplisitt ut fra disse verdigrunnlagene. Det ekskluderende kunstsyns utgangspunkt er at økonomi og publikumsinteresse ikke skal spille inn i vurderingen av et kulturuttrykks verdi. Kulturformer er ikke likeverdige, men hierarkisk ordnet, og kunstverdenens oppgave å finne den beste kunsten ved å skille ut – ekskludere – den mindre gode. Begge tekstutdragene ovenfor uttrykker at noen – kultureliten – ønsker å bestemme hva som er bra og dårlig kunst, og dette kan sees som en henvisning til det ekskluderende verdigrunnlag. Kultureliten konstrueres i så måte som forsvarere av det ekskluderende verdigrunnlag og kunstsyn, og som en motsetning til eller trussel mot det inkluderende verdigrunnlag.

¹⁰⁶ VG, 08.01.1996

¹⁰⁷ Dagbladet, 29.05.2007

¹⁰⁸ Dagens Næringsliv Morgen, 09.09.2006

Dette kan sees som et uttrykk for en *demokratisk* diskurs: Kultureliten ”sees” med et blikk som handler om mangfold og bredde, og med sine kvalitetskriterier for kunst og kultur, konstrueres de som et hinder for kulturens frie utvikling. De kveler kulturen og drukner den kultur folk selv vil ha.

Et enda mer direkte uttrykk for en demokratisk diskurs på kulturfeltet er at selve demokratibegrepet relativt ofte dukker opp i debatter rundt kulturpolitikk og prioritering av kulturmidler, som i disse to eksemplene:

Han tror at det er nødvendig at kultureliten velger hva slags kultur som fortjener statlig støtte. Sannsynligvis tror ikke Johansen at folk er fornuftige, forskjellige og sofistikerte nok til å velge seg kultur av stor nok variasjon til sitt eget beste. Snakk om ovenfra-og-ned holdning! (...) Vi mener at det er et demokratisk problem at eliten skal bestemme for folk¹⁰⁹.

Jeg viser til oppslaget fredag 27. juli hvor gruppeleder i KrF, Anne Ma Timenes, frykter at Kristiansand skal få en offentlig finansiert kulturelite. Dette som et resultat av at stiftelsen Cultiva finansierer grunnleggingen av nye kulturbaserte næringer, som ikke makter å skape tilstrekkelig inntjening, men forblir avhengig av bidrag over bykassen eller kommunale foretak (...) Det er ikke alle med visjoner og ideer om egen næring som kan få boltre seg for fellesskapets midler i årevis. De fleste som starter noe må benytte egne midler eller vise til konkrete inntjeningsmål før de får tilgang på andres penger. Derfor er samarbeidet mellom Cultiva, kommunens kulturmidler og Kulturinkubatoren ikke bare udemokratisk, men også en hån mot alle ikke-”kulturelle” gründere som må kjempe fram sine visjoner og ideer¹¹⁰.

Begrepet demokrati er et såkalt nodalpunkt, altså et privilegert tegn som andre tegn ordnes rundt og henter sin betydning fra (Laclau og Mouffe i Jørgensen og Phillips 1999:37). Ordet har flere egenskaper som gjør det retorisk effektivt. For det første er utsagn som inneholder ordet demokrati gjerne tautologiske. En tautologi er et utsagn som ingen kan være uenig i, men som samtidig ikke sier noe som helst (Heradstveit og Bjørge 1987:101). Ingen vil være uenig i at demokrati er et gode. Samtidig er begrepet såpass ullent og flertydig at det i seg selv er temmelig tomt for betydning. Begrepet demokrati fungerer som et symbol, altså et spesielt flertydig tegn, hvor den denotative grunnbetydning i stor grad har forsvunnet, mens

¹⁰⁹ F. eks. VG, 14.06.2006

¹¹⁰ Dagbladet, 22.08.2001

¹¹¹ Dagbladet, 09.06.2007

¹¹² Fædrelandsvennen, 06.08.2007

konnotasjonene i stor grad har overtatt tegnets mening. Symboler har den egenskap at de appellerer til følelseslivet. Turner (i Heradstveit og Bjørge 1987:87) hevder at et symbols mening samler seg rundt to poler: *Den ideologiske*, som refererer til sider ved den sosiale og moralske orden, til de grunnleggende verdiene og normene samfunnet hviler på, og *den emosjonelle*, som viser til dype menneskelige erfaringer som har å gjøre med liv og død, hat og kjærlighet et cetera. Et symbols mening er ofte knyttet til begge polene, men kan også være knyttet hovedsakelig til den ene eller den andre siden. Osgood (i Rommetveit 2003:74) hevder at alle ord kan lokaliseres i det han kaller et *affektivt meningsrom*, definert ved dimensjonene ”god/dårlig”, ”sterk/svak” og ”aktiv/passiv”. Meningstomme og helt nøytrale ord vil falle i skjæringspunktet mellom de tre aksene, mens de ordene som vekker sterke innstillinger og følelsesimpulser lokaliseres i stor avstand fra skjæringspunktet. Ord som demokrati scorer høyt på den affektive meningsskalaen, og er knyttet både til det emosjonelle og det ideologiske. I så måte er det et retorisk kraftfullt symbol. Slike symboler er kollektive, men vage, åpne og flertydige, jamfør Laclau og Mouffes begrep flytende betegnere, altså språklige elementer som i særlig høy grad er åpne for betydningstilskrivning, og som forskjellige diskurser kjemper om å innholdsutfylle på sin måte (i Jørgensen og Phillips 1999:39).

I begge tekstutdragene ovenfor omtales noe som det *motsatte* av demokratisk – henholdsvis “et demokratisk problem” og “udemokratisk”. Dette “noe” er i den første teksten at kultureliten bestemmer hva som skal få statlig støtte, i den andre teksten er det offentlig finansiering av kultur som ikke økonomisk sett legitimerer sitt eksistensgrunnlag. Tekstene bidrar til å innholdsutfylle demokratibegrepet på en spesiell måte, nettopp ved å betegne noe som et uttrykk for det motsatte. Kultureliten har litt forskjellig rolle i tekstutdragene; i det første konstrueres kultureliten som de som står for fordeling av kulturmidlene, i det andre som mottakerne av disse midlene. Men kulturelitetegnet er i begge tilfeller plassert på samme måte i forhold til nodalpunktet “demokrati”: Som en motsetning, en trussel eller et problem. I følge saussuresk tankegang henter tegn mening fra sin forskjellighet eller distingverthet fra andre tegn. Kulturelitetegnet gis altså mening ut fra sin forskjellighet fra tegnet (eller symbolet) demokrati. Denne konstruksjonen av forskjell og opposisjon mellom tegn er et aspekt ved myter, og dette tekstlige opposisjonsforholdet bidrar altså til å bygge opp myten om kultureliten.

Keiserens nye klær

Et språklig element som med ujevne mellomrom dukker opp i debatter om kunst og kultur, og generelt i konteksten rundt kulturelitebegrepet, er henvisninger til ”Keiserens nye klær”-fortellingen, som i dette eksempelet:

I grilldress. På Costa del Sol. Rett fra levra. Så folk forstår. Det er sånt folk forbinder med Carl I. Hagen og partiet for folk flest. Som gjennomskuer de nye keiserens «klær» og forteller sannheten om dem. (...) Når Carl I. Hagen fnyser av opera på skattebetalernes regning og krever Se og Hørs redaktør inn i Norsk kulturråd, er engasjementet ekte. Mistilliten han retter mot kultureliten og deres smaksdommer er ikke påklistret populisme.¹¹³

Uttrykket ”keiserens nye klær” henviser til et eventyr som ”alle” kjenner til – det er det Frønes kaller en nøkkelfortelling, det vil si narrativer som ligger ”*som arketyper i dypet av den kulturelle veven*” (Frønes 2001). I eventyret om keiserens nye klær er keiseren naiv, jålete og virkelighetsfjern, skredderne er smarte og utspekulerte, folket er feige og tør ikke si keiseren i mot i frykt for at de skal oppfattes som dumme, mens helten i historien er det klarsynte barnet som påpeker at keiseren faktisk er naken.

Et eksempel er hentet fra et innlegg i Stavanger Aftenblad, som kommenterer et planlagt kunstprosjekt hvor tre røde meteoror skulle henges opp i fjellsiden ved Lysefjorden.

En viktig ting som eventyret om meteorene i Lysefjorden ikke har til felles med Keiserens nye klær, er at folk flest ingen problemer har med å se at dette bare er tull. Applausen og hyllesten til dette prosjektet kommer fra en makt- og kulturelite som nærmest slåss om å overgå hverandre i hvem som kan svi av mest mulig av andres penger på kortest mulig tid.¹¹⁴

Også en annen skribent benytter ”keiserens nye klær”-fortellingen i sin omtale av meteorprosjektet:

Heldigvis fantes det jordnære og fornuftige politikere i kommunen som satte foten ned og sa at slik forsøpling av naturen ikke hørte hjemme i Lysefjorden. Men hva gjør Opdahl og Kvie da? Jo, de finner ut at kultureliten i Stavanger nok vil ha større forståelse for et høyverdig kunstverk som dette. Overraskende mange i styr og stell i Stavanger applauderte og syntes dette var et glimrende og

¹¹³Dagbladet, 06.05.2006

¹¹⁴Stavanger Aftenblad, 13.04.2005

spennende prosjekt som det var verdt å spandere noen millioner kroner på. Men da veivesenet påpekte at den røde vorta på fjellskrenten kunne være en fare for trafikksikkerheten, så var det mange som fant en god unnskyldning for å trekke tilbake sin tidligere uforbeholdne støtte. Og dermed ble kunstprosjektet skrinlagt. En oppriktig takk til veivesenet for å ha gjennomskuet keiserens nye klær.¹¹⁵

Å tolke hva som er tanken bak å trekke på denne nøkkelfortellingen på nettopp denne måten vil være å spekulere i forfatterens hensikter. Men det kan med sikkerhet fastslås at det er retorisk effektivt: Kunstprosjektet og de fleste involverte latterliggjøres. Kultureliten får i denne sammenheng tildelt rollen som ”Folket”, som applauderer det tåpelige prosjektet, og de settes i kontrast til de ”jordnære og fornuftige politikere” som avviste prosjektet, og veivesenet, ”Barnet”, som avslørte keiserens nye klær.

Et fjerde eksempel er en tekst hentet fra et innlegg i debatten rundt det nye operahuset. I dette innlegget er det opera, *”den særegne sangteknikken som noen oppfatter som kattejammer, men som kultureliten har opphøyet til den edleste form for vokal prestasjon”*¹¹⁶, som har rollen som keiserens nye klær, og kultureliten som bekler den lite ærefulle keiserrollen.

Artikkelforfatteren påtar seg rollen som ”Barnet”:

Kattejammer er det selvsagt ikke, men det kan være på sin plass å minne om at denne typen sang ble utviklet som en dyd av nødvendighet. Hvordan få en stemme til å høres like godt som musikkinstrumentene når man ikke har mikrofoner og forsterkere? I store saler og på store arenaer var det ingen annen mulighet enn å dyrke fram den spesielle sangteknikken, der kroppen brukes som høyttalerkasse og stemmen vrenses til det ytterste. En effektiv, men unaturlig form for sang som dreper en rekke nyanser. (...)Det kunne vært fristende å gå løs på selve innholdet i de klassiske operaene også. For av det lille undertegnede har fått med seg av handlingen i operaer, så står det ikke noe tilbake for klisjeene som regjerer i Melodi Grand Prix. Var det ikke redaktøren i «Dine Penger», Christian Vennerød, som under en TV-debatt ga seg til å sitere fra omtalen av handlingen i en opera? Kultureliten som deltok i programmet, ble i alle fall rasende over denne offentlige «latterliggjørelsen» av opera, og hylte i kor for å stanse denne fryktelige frektheten til Vennerød.¹¹⁶

I artikkelen ”avkles” keiseren, ved at artikkelforfatteren minner om at sangformen som benyttes i opera oppstod for å øke stemmens rekkevidde før mikrofonens tid – og altså ikke har noen iboende egenskaper som rettferdiggjør den opphøyde status den innehar, og ved å beskrive handlingen i operaer som klisjefylt på linje med Melodi Grand Prix. Rollen som ”Folket” tildeles i teksten Stortingspolitikere:

¹¹⁵Stavanger Aftenblad, 09.12.2006

¹¹⁶Nordlys Morgen, 30.06.1998

Det sentrale er at et klart flertall av stortingspolitikkerne sier ja til å investere milliardbeløp i en ny opera, og at knapt noen av dem tør ta bladet fra munnen og si hva de egentlig mener om opera som sådan. Av frykt for å bli stemplet som kulturfiendtlige bygdetullinger.¹¹⁶

Kunst og kulturfeltet er omkranset av symbolsk makt, en makt som er usynliggjort og naturalisert gjennom den prosessen Bourdieu kaller eufemisering (1996b:46). Så lenge den symbolske makten forblir miskjent og usynlig, opprettholdes feltet og dets doxa (Bourdieu 1996a:89). ”Keiserens nye klær”-fortellingen handler nettopp om en anerkjennelse og avsløring av den symbolske maktens eksistens. Eksemplene jeg her har presentert kan derfor sies å inngå i en *avsløringsdiskurs*, altså en diskurs som handler om å synliggjøre den symbolske makten som omkranser kunstfeltet. I og med kulturelitebegrepets plassering i disse fortellingene, griper denne avsløringsdiskursen inn i konstruksjonen av begrepet: Kultureliten konstrueres enten som noen som ligger under for det ”narreriet” eufemismene og den symbolske makten er – som ”Folket” eller ”Keiseren”, og som i så måte må ”vekkes”, eller som utøvere av denne symbolske makten – ”Skredderne”, som må avsløres. Kulturelitebegrepet settes altså inn i en ”avsløringsdiskurs”, og dette bidrar til å konstruere begrepet, til å bygge opp myten om kultureliten.

Denne formen for diskurs føyer seg inn i samme tendens som jeg beskrev i forrige avsnitt, altså en tendens til en folkeliggjøring og demokratisering av kunst- og kulturfeltet. Så lenge kunst- og kulturfeltet er innhyllet i symbolsk makt, er det også i stor grad utilgjengelig for dem som ikke innehar den rette kulturelle kompetanse og kapital. En avsløring av den symbolske makten kan dermed bidra til en åpning av eller i hvert fall en endring i inngangskriteriene til kunst- og kulturfeltet.

Oppsummering

Som jeg har vist i dette avsnittet finnes det uttrykk for eksistensen av gjennomgående diskursive kamper på kulturfeltet i konteksten rundt kulturelitebegrepet, konkurrerende diskurser og konkurrerende syn på hva kunst og kultur er og hva det skal eller bør være. Det dreier seg altså her om overordnede tendenser eller diskurser, som går på tvers av materialet,

om gjennomgående og dyptgripende diskusjoner om verdsettingskriterier på kulturfeltet. De forskjellige verdigrunnlagene eller diskursene kjemper om definisjonsmakt og hegemoni, og bidrar på forskjellig vis i prosjekter om å opprettholde eller endre verden. Hvilket syn på kunst og kultur som vinner terreng har som nevnt både prinsipielle og praktiske konsekvenser, for eksempel når det gjelder kulturpolitikk og hvilke kriterier som bør ligge til grunn for tildeling av bevilgninger.

Kulturelitebegrepet dukker gjerne opp midt i disse diskursive kampene, og fremstår i en viss forstand som et ”brennpunkt”, der forskjellige diskurser og verdigrunnlag møtes. Dette gjør at kampene bidrar til å konstruere tegnet og til å bygge opp myten om kultureliten. I de eksemplene jeg har presentert i dette avsnittet konstrueres kultureliten som forsvarere av det bestående – doxa – og det ekskluderende verdigrunnlag. Kulturelitetegnet får knyttet til seg konnotasjoner som udemokratisk, og fremstår som et hinder for at kulturen kan utvikle seg fritt og demokratisk, altså i tråd med det folk flest ønsker. På denne måten bygges det også opp under det mytiske motsetningsforholdet mellom kultureliten og folket. Til sammen dreier det seg om en form for demokratisk diskurs, preget av folkelighet, som griper inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet.

5.2 *Debatten om kultureliten*

Rundt årsskiftet 2007/2008 verserte en debatt rundt kultureliten i norske medier, sparket i gang av en artikkel som sto å lese i Dagbladet 10. desember 2007. Dette er den mest helhetlige og omfattende debatten som eksplisitt handler om kultureliten og kulturelitebegrepet som finnes i datamaterialet, og dette er årsaken til at jeg har valgt å gå grundig inn i den. Debatten er dessuten tallmessig fremtredende; tekstene den inkluderer utgjør 34 treff totalt, 24 i 2007 og 10 i 2008. Derfor er jeg interessert i hva denne debatten kan fortelle om kultureliten, om hvordan den bidrar til å innholdsutfylle kulturelitebegrepet og til å bygge opp myten om kultureliten. I dette avsnittet går jeg altså inn i debatten og identifiserer og analyserer hovedtrekkene og de viktigste diskursene.

Jeg har avgrenset debatten ved å inkludere tekster som inneholder kulturelitebegrepet og som henger intertekstuellet sammen, i den forstand at de henviser til hverandre eller til det samme – da gjerne til Egeland's artikkel eller til Faldbakkens svar på denne.

Først vil jeg gi en kort beskrivelse av opptakten til debatten, deretter vil jeg beskrive og drøfte de viktigste trekkene ved debatten – hvilke diskurser som griper inn i debatten, og hvordan debatten bidrar til å bygge opp kulturelitebegrepet.

Beskrivelse av debatten

Artikkelen som ble starten på denne debatten hadde tittelen "Landet slår sprekker", og var ført i pennen av John Olav Egeland. Egeland hevder i artikkelen at det norske fellesskapet er i oppløsning, på grunn av dype kulturkonflikter. Han mener å se at de siste tiår har foregått *"en kulturell maktforskyvning i retning av urbane verdier"*, der *"den godt utdannede, urbane middelklassen har skaffet seg et kulturelt hegemoni som utfordrer andre grupper og som skaper motstand"*. Disse "sprekkdannelsene" kommer blant annet til uttrykk i debatter rundt rovdyrpolitikk, og i den stadig økende oppslutningen rundt Fremskrittspartiet, noe Egeland tolker som et opprør mot samfunnseliten. I tillegg kommer *"religiøse og sosiale verdier i innvandringskulturen som vanskelig lar seg smelte sammen med et liberalt og sekulært samfunn"*. Egeland anklager den velutdannede middelklassen for å ha dratt stigen opp etter seg og for å utøve *"elitisme med en antifolkelig profil der brede samfunnslags meninger oppfattes som reaksjonær populisme"*.

Forfatter Knut Faldbakken svarer på innlegget i artikkelen "Nedover-snobbene" i Dagbladet 15.12.07. Han avviser på mange måter Egeland's "situasjonsdefinisjon" – som i stor grad handlet om sentrum/periferi, by og bygd, og erstatter den med en annen, et annet svar på hva dette dreier seg om: *"Den godt utdannede middelklasse er ikke utelukkende lokalisert i Oslos indre bydeler, Egeland, det finnes rovdyrvernere her på bygda også. Det dreier seg nemlig om andre og dypere spørsmål enn spredning av «urbane verdier»"*. Faldbakken identifiserer Egeland's skyteskive som *"den såkalte kultureliten og de urbane intellektuelle"*, beskylder Egeland for å bedrive kunnskapshets, og trekker linjer til *"syttiåra da ml-erne herjet i*

offentligheten med sin rabiante antiintellektualisme, og som nå har skvalpet over til Frp-segmentet (...)”.

Det er altså Faldbakken, ikke Egeland, som trekker inn kulturelitebegrepet, og dette viser seg å bli styrende for debatten som følger – store deler av debatten dreier seg deretter om hvorvidt vi har en kulturelite og hva som kjennetegner den, om vi trenger en kulturelite, og hva som eventuelt bør være dens oppgaver.

Omtaler av kultureliten

Hvilke omtaler og beskrivelser av kultureliten opptrer i denne debatten? Det er i hovedsak to hovedstrømninger, to typer av karakteristikk som kommer til uttrykk. Den ene typen beskriver kultureliten som selvopptatt, selvsentrert eller navlebeskuende – og er altså i tråd med Egelands kritikk (selv om Egeland selv ikke benytter ordet ”kulturelite”). Den andre typen omtaler fremhever kulturelitens funksjoner eller nytteverdi, og gir altså i større grad støtte til Faldbakkens syn.

Følgende tekstutdrag, med avsender Ketil Skogen og Olve Krange, er et eksempel på den første tendensen:

Kan det være at de som mener at de selv tilhører kultureliten tar det for gitt at det er dem man snakker om når man bruker ord som «intellektuelle», «kunnskap», «kultur» og «makt»? I så fall er det uttrykk for en selvopptatthet som bare er egnet til å anskueliggjøre poengene som både Egeland og vi har prøvd å få fram.¹¹⁷

Krange og Skogen omtaler altså her kultureliten som selvopptatt. Elin Ørjasæter føyer seg inn i den samme tendens:

Ørjasæter mener at Faldbakken selv er et godt eksempel på at eliten er for selvopptatt. I et innlegg i Dagbladet i går skrev hun at Faldbakken tolket Egelands artikkel som et angrep på sin egen klan. (...) - Egeland mente ikke at kultureliten er unødvendig. Han sa den var selvsentrert. Jeg er enig med ham i at kultureliten mangler politisk bevissthet.¹¹⁸

¹¹⁷ Dagbladet, 05.01.2008

¹¹⁸ Dagbladet, 19.12.2007

Flere andre debattanter kommer med lignende beskrivelser: kultureliten *"roterer nok ein gong rundt i sin eigen navlelo og skrik sjølvmedlidande om manglande deltaking i offentlege ordskifte"*¹¹⁹, *"ikke ser skogen for bare - seg selv"*¹²⁰, og *"nærsynt diskuterer seg selv"*¹²¹.

Den andre hovedstrømningen i debatten er omtaler av kultureliten som nyttig og nødvendig. Faldbakkens første innlegg i debatten åpner for denne "nytte-/funksjonsdiskursen", både ved å hevde *at* vi trenger elitene, og *til hva* vi trenger dem:

Vi vil stå overfor en enorm formidlingsoppgave, et dannelsesprosjekt, for å få forberedt befolkningen på de omveltninger i livsstil som en gang - og kanskje snart! - vil måtte komme, uten at det skal måtte medføre politisk og sosialt sammenbrudd.(...) Det vil stå om endringer i hele sivilisasjonsstrukturen! Det vil bare en opplyst befolkning, trygg på sin identitet kunne klare.¹²²

Faldbakken hevder altså at kultureliten (og også andre eliter) bør ha oppgavene *formidling*, *opplysning* og *dannelse*. Gjennom debatten gis ulike svar på hva slags oppgaver kultureliten kan, skal eller bør ha. For eksempel uttaler Valgerd Svarstad Haugland følgende:

- Vi har i hvert fall ikke vondt av å ha en kulturelite. Alle nasjoner har godt av å ha en elite innenfor ulike felter. (...) - Den driver oss videre framover. Vi er et lite land, men vi har likevel personer som er klokere enn andre, og som vi bør lytte til, mener den tidligere kulturministeren.¹²³

Andre oppgaver for kultureliten er å *"dele sine innsikter"*¹²⁴ – *"(...) lansere nye tanker og løsninger (...) - hele folket skulle løftes i kunnskap og dannelse"*¹²⁵. Kultureliten skal *"drive samfunnsutviklingen"*¹²² og *"være overskridende"*.¹²⁵ Begrepet *folkeopplysning* blir ved ett tilfelle brukt for å beskrive den funksjon eller oppgave kultureliten bør ha:

Hodejeger og samfunnsviter Elin Ørjasæter mener kultur- og kunnskapseliten må stige ned til massene.

Det er en god del av eliten som gjør altfor lite for å stige ned til massene. Folkeopplysere, i ordets gode forstand, er det få av. Og det burde eliten skamme seg over, mener Elin Ørjasæter, som arbeider som hodejeger i Hartmark Consulting. (...) Hun mener problemet heller ligger i at store deler av kultur- og kunnskapseliten ikke klarer å nærme seg folket.

¹¹⁹ Dagbladet, 09.04.2008

¹²⁰ Dagbladet, 18.12.2007

¹²¹ Aftenposten, 31.12.2007

¹²² Dagbladet, 15.12.2007

¹²³ Dagbladet, 16.12.2007

¹²⁴ Dagbladet, 04.01.2008

¹²⁵ Dagbladet, 21.12.2007

- De som virkelig har noe i hodet, må skitne til hendene sine mer. De må tørre å lage tabloide overskrifter, gjøre seg mer spiselige, tørre å gå over i kortere formater og anstrenge seg for å opplyse folket. Dette er en misjon og en «drive» som eliten har for lite av, sier Elin Ørjasæter. Hun mener det finnes få intellektuelle som klarer å nærme seg folket.¹²⁶

Forfatter Jan Kjærstad uttaler til Dagbladet¹²⁷ at han ønsker seg en kulturelite, men at han mener Norge er for lite til å stable en på beina. Kjærstad hevder denne eliten bør følge ”narrens filosofi”: *”Narren er den som til enhver tid avslører som tvilsomt det som går for å være urokkelig og påpeker motsetningene i det som synes å være opplagt og ubestridt.”* En beslektet uttalelse kommer forfatter Frid Ingulstad med: *”(...) vi må ha noen som tør å si at keiseren ikke har klær, for eksempel at «dette er ikke kunst».”*¹²⁸ Kultureliten bør også bidra til å bekjempe *”sneversyntheten, fordommene, intoleransen, egoismen.”*¹²⁹

Omtalene eller beskrivelsene av kultureliten i denne debatten synes som tidligere nevnt å følge to hovedstrømninger, som grovt sett gir støtte enten til Egeland eller til Faldbakken. Det er altså snakk om to måter å beskrive, snakke om og representere kultureliten på: Kultureliten som selvopptatt og navlebeskuende, og kultureliten som nyttig og verdifull. I utgangspunktet er ikke disse to perspektivene nødvendigvis gjensidig utelukkende – det går an å beskrive kultureliten som både selvcentrert og nyttig. Men debattantene føyer seg i stor grad inn i enten den ene eller den andre tendensen.

Gjennom denne debatten defineres og konstrueres kulturelitens oppgaver og funksjoner normativt – det gis svar på hva kultureliten *skal*, *bør* og *må* bidra med. Grovt sett gir debatten følgende svar på hva kulturelitens oppgaver er:

- Opplysning/dannelse/formidling av kunnskap
- Fremskritt/drive samfunnet/utviklingen fremover/være overskridende
- Avsløring/kritikk av samfunnsforhold

¹²⁶ Dagbladet, 19.12.2007

¹²⁷ Dagbladet, 18.12.2007

¹²⁸ Dagbladet, 16.12.2007

¹²⁹ Dagbladet, 30.12.2007

Nasjonal diskurs

Egelands artikkel, som startet det hele, hadde tittelen ”Landet slår sprekker”. Av den grunn er det kanskje ikke overraskende at den videre debatt i stor grad er preget av forestillinger om og beskrivelser av ”det norske” – om nordmenn, den norske væremåten, og om det norske samfunns normer. Dette er et svært interessant aspekt ved debatten, fordi disse beskrivelsene av ”det norske” gjerne benyttes som forklaring på fraværet av en kulturelite i Norge, og dermed settes i en tekstlig relasjon til kulturelitebegrepet. Dette kan karakteriseres som tilstedeværelse av en ”nasjonal diskurs” – i den forstand at det er en måte å tale på som gir betydning til opplevelser eller fenomener ut fra et bestemt perspektiv eller forståelsesramme – ut fra en viss type ”blikk” på (det moderne) Norge (Jørgensen og Phillips 1999:79 og 151). Et eksempel er hentet fra Knut Faldbakkens innlegg ”Nedover-snobbene”¹³⁰:

Vi har ikke noen stor og innflytelsesrik kulturelite her i landet. Et bredbent folkelighetsideal (med høylydte herolder i alle medier) sørger for å holde «kultursnobbene» på plass. (...) Det er ikke kult å være klok i Norge, men enda ukulere er det å påberope seg smak og stilsans, kunstforståelse og alminnelig dannelses. At nyvinning på det estetisk/kulturelle feltet møtes med skepsis, er normalt.

Faldbakken påstår altså at Norge preges av folkelighet som ideal, og at det å hevde seg på det intellektuelle, kulturelle eller estetiske felt strider mot rådende normer, og derfor er gjenstand for negative sanksjoner. Blant andre Danny Pellicer gir støtte til Faldbakkens påstand om at det ikke er kult å være klok i Norge:

En åndssnobb befinner seg nederst på rangstigen i vårt sosialdemokratiske, likhetsfetisjistiske Norge, på plassen under bruktbilselgere, eiendomsmeglere og rasistiske, kvinnefiendtlige dyreskjendere med Al Qaida-bakgrunn, hvite tennissokker og journalistutdanning.¹³¹

Også flere andre debattanter knytter an til en nasjonal diskurs. Blant dem er forfatter Jan Kjærstad, som uttaler følgende, som svar på hvorfor vi ikke har noen kulturelite i Norge: *”(...) vi er også for matleie. Det er ikke nok intellektuell sult i Norge. Vi er et forkjælet folk. Dessuten er Norge en eneste stor, rik middelklasse.”*¹³² Andre går lenger, og hevder at det ikke bare er mangel på intellektuell sult i Norge, men at landet er preget av

¹³⁰ Dagbladet, 15.12.2007

¹³¹ Nordlys, 11.01.2008.

¹³² Dagbladet, 18.12.2007

antiintellektualisme¹³³ eller ”forakt for alt som smaker av intellektualisme”¹³⁴, og manglende respekt for kunnskap.¹³⁵ Dette kommer til uttrykk blant annet i at intellektuelle, akademikere og beleste som uttaler seg blir mistrodd og uglesett¹³², kalt arrogante¹³⁰ og utsatt for tiradeangrep.¹³⁶ I Norge er kulturelite et skjellsord, fordi likhetsidealet gjennomsyrrer alt.¹³⁷

I debatten beskrives Norge gjennomgående som et land hvor egalitet og folkelighet anses som sentrale verdier; flere debattanter henviser til en likhets- og egalitetstradisjon og – ideal.¹³⁸ Det gis beskrivelser av Norge som et land hvor ”det meste er midt på”¹³⁹, hvor ”vi tviholder på en kulturell likhet”¹⁴⁰, og hvor ”(...) begrepet folkelighet hylles på linje med 17. mai og gårdsmat fra «fjellstroka innafor»”¹⁴¹.

Det norske samfunn, som det karakteriseres i denne debatten, kan altså oppsummeres som følgende:

- Det norske samfunn preges av antiintellektualisme, mangel på respekt for kunnskap, dannelse og smak
- Det norske samfunn preges av folkelighet og likhet som verdier og idealer

De beskrivelsene av det norske samfunn som forekommer i denne debatten er overveiende komplementære og konsensuspregede – det vil si at de ikke bryter med eller motsier hverandre. Det dreier seg om selvsagtheter, karakteristikk av det norske samfunn som man uten videre problematisering kan komme med. De stemmer dessuten godt overens med blant annet Vike, Henningsen og Ytrebergs beskrivelser av det norske samfunn som jeg presenterte innledningsvis (i avsnitt 1.2). De synes altså å være et sentrale elementer i myten om Norge, nordmenn og det norske.

¹³³ F. eks. Fædrelandsvennen 28.12.2007, Dagsavisen, 19.12.2007

¹³⁴ Dagbladet, 30.12.2007

¹³⁵ Fædrelandsvennen, 28.12.2007

¹³⁶ Dagsavisen, 19.12.2007

¹³⁷ Dagbladet, 16.12.2007

¹³⁸ F. eks. Aftenposten Morgen, 31.12.2007, Bergens Tidende, 05.01.2008, Dagbladet, 16.12.2007

¹³⁹ Dagbladet, 16.12.2007

¹⁴⁰ Dagbladet, 28.12.2007

¹⁴¹ Adresseavisen, 27.12.2007

Disse to aspektene ved det norske samfunnet benyttes gjennomgående i debatten som forklaringsfaktorer på hvorfor vi ikke har noen kulturelite i Norge - ”vi har ikke kulturelite i Norge fordi den norske folkesjela forhindrer det”. ”Norge” eller ”det norske” er et nodalpunkt, er privilegert tegn, som andre tegn ordnes i forhold til og henter mening fra. Gjennom å settes inn i denne nasjonale diskursen, settes kulturelitetegnet i et motsetnings- eller opposisjonsforhold til dette nodalpunktet. På denne måten gir myten om Norge mening til myten om kultureliten og omvendt: Kultureliten er alt det norske ikke er – og vice versa.

Definisjonsproblemer

En annen interessant tendens i denne debatten er at selve kulturelitebegrepet problematiseres og gjøres til gjenstand for debatt: Hvem og hva er egentlig kultureliten? Har vi egentlig noen kulturelite i Norge? Finnes det andre definisjoner og begreper som passer bedre?

De enkleste eksemplene på dette er at ordet kulturelite settes i gåseøyne – ”kultureliten” – eller at formuleringen ”den såkalte kultureliten” benyttes. Et mer eksplisitt uttrykk for det samme er at flere debattanter stiller spørsmål ved selve begrepet kulturelite, for eksempel: ”Hvem er kultureliten, og hva kjennetegner dem?”¹⁴², eller ”Hva er kultureliten?”¹⁴³

Flere steder i debatten gis det uttrykk for at begrepet kulturelite egner seg dårlig for bruk under norske forhold – i Norge er kulturelite et skjellsord,¹⁴⁴ ordet har en bismak.¹⁴⁵ Flere av debattantene kommer derfor med forslag til alternative og mer passende definisjoner, som i dette eksempelet: ”Begrepet elite har blitt et negativt fy-ord. Man kunne heller kalle det en *fortropp*”¹⁴². Andre forslag til definisjoner er ”et kulturelt engasjert sjikt”¹⁴⁶, ”utbrytere”¹⁴², ”aktive kulturmennesker” eller ”noen som er opptatt av kultur, og som kan mer”.¹⁴⁵

¹⁴² Dagbladet, 15.12.2007

¹⁴³ Dagbladet, 30.12.2007

¹⁴⁴ Aftenposten Morgen, 24.12.2007, Dagbladet, 16.12.2007

¹⁴⁵ Dagbladet, 16.12.2007

¹⁴⁶ Adresseavisen, 27.12.2007

Det som skjer her kan sees i forhold til det Potter (1996) kaller *reifying* og *ironizing* – altså ”ukritisk” bruk av begrepet versus bruk av begrepet på en måte som henleder oppmerksomheten på at begrepet er konstruert og motivert og ikke ”sannhet”. I debatten drøftes premissene for kulturelitebegrepet, og hva det egentlig innebærer. Debatten inneholder aktive forsøk på å redefinere, innholdsutfylle tegnet på en ny måte. På denne måten skjer det en avnaturalisering. Gjennom å gjøre det selvfølgelig til noe man diskuterer, noe man kan være for eller imot, gjør man det til potensiell gjenstand for kritikk og diskusjon og dermed forandring (Jørgensen og Phillips 1999:165).

Oppsummering

Et aspekt ved denne debatten er den tilbakevendende beskrivelse av kultureliten som selvsentrert og selvopptatt. Dette føyer seg på mange måter inn i samme tendens som det jeg tidligere har beskrevet, i den forstand at kultureliten får negative konnotasjoner knyttet til seg. Gjennom debatten griper også en ”nasjonal diskurs” inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet, og tegnet kulturelite settes på denne måten i en form for opposisjonsforhold til Norge og det norske. Dette kan også sees som et uttrykk for en tendens jeg tidligere har beskrevet, nemlig at kultureliten konstrueres som en motsats til folket og det folkelige.

På den annen side kan det også synes som om denne debatten representerer et brudd med det jeg hittil har beskrevet. Her begynner man i større grad å diskutere hva og hvem kultureliten egentlig er, om den egentlig eksisterer, om det er noe vi trenger, og hva dens oppgaver i så fall skal og bør være. I tillegg dukker det opp flere stemmer som forsvarer kultureliten. Kanskje er dette et tegn på endring i måten kulturelitebegrepet konstrueres i det offentlige ordskifte.

6. Funn, oppsummering og konklusjon

Jeg har i denne oppgaven forsøkt å si noe om hvordan og i hvilket omfang kulturelitebegrepet har blitt benyttet i norske aviser i perioden 1983-2008. Jeg vil i dette kapittelet gi en presentasjon av de viktigste funn og analyseresultater i forhold til mine problemstillinger.

6.1 Utviklingen i bruken av kulturelitebegrepet

Mitt første delmål var å finne ut mer om hvordan bruken av kulturelitebegrepet utvikler seg over tid, både kvantitativt og kvalitativt. Rent tallmessig har jeg funnet at kulturelitebegrepets brukshyppighet øker gjennom hele tidsperioden, fra 2 treff i 1983, til et foreløpig toppunkt med 294 treff i 2007. Økningen i brukshyppighet skjer forholdsvis jevnt frem til 2002-2003, da brukshyppigheten begynner å øke mer drastisk fra år til år. Denne økningen i bruken av ordet kan tyde på at det blir et mer og mer sentralt begrep.

Kulturelitebegrepet befinner seg ofte midt i ordskifter om kultur og smak, og den økte bruken kan kanskje tyde på at det har skjedd en økning i debatter rundt smak og kultur de siste årene.

Etter hvert som brukshyppigheten øker, øker også bredden i typen av omtaler – tegnet kulturelite får stadig flere konnotasjoner knyttet til seg, begrepet får mer kjøtt på beinet etter hvert som årene går. Det skjer altså en utvidelse, men utviklingen i bruken av kulturelitebegrepet synes ellers å være preget av stabilitet fremfor endring: Beskrivelsene og omtalene av kultureliten er stort sett komplementære, ikke konkurrerende, og følger det samme mønster. Myten om kultureliten bygges opp uten de store diskrepanser.

Egeland/Faldbakken-debatten kan sies å representere noe nytt. Her diskuteres kultureliten helt eksplisitt, hva den er, om vi trenger den, hva dens oppgaver skal være, og kultureliten tas i større grad i forsvar og omtales i positive ordelag, som noe nyttig og nødvendig. Dette kan tyde på kulturelitebegrepet er i endring, men det er vanskelig å si, gitt at mitt datamateriale kun strekker seg til begynnelsen av 2008.

Et annet uttrykk for endring er det jeg beskrev i avsnitt 4.7. Her ga jeg en tallmessig oversikt over fordelingen av omtaler som inngår i de fire største diskursene, smak- og livsstilsdiskurs, makt- og nettverksdiskurs, prioritering- og fordelingsdiskurs og diskursen om kulturelitens forakt og arroganse, og gjorde en kjikvadrattest for å finne ut om endringen i fordeling fra tiår til tiår er statistisk signifikant. Testen viste at det faktisk skjer en statistisk signifikant endring i hvordan omtalene fordeler seg på de forskjellige diskursene. Mens andelen omtaler knyttet til smak- og livsstilsdiskursen sank, økte andelen for makt- og nettverksdiskursen, fordeling og prioriteringsdiskursen og diskursen om forakt og arroganse. Det ser altså ut til å skje en dreining i retning av at mer kritiske, negativt ladde former for diskurs griper inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet.

6.2 Diskurser rundt kulturelitebegrepet

Mitt andre delmål var å utforske hvordan kulturelitebegrepet benyttes, hvordan begrepet inngår i visse diskurser og hvordan dette bidrar til å konstruere begrepet – altså hvordan myten om kultureliten bygges opp. Jeg skal nå kort oppsummer de syv diskursene jeg har identifisert og analysert:

- Smak- og livsstilsdiskurs
- Makt og nettverksdiskurs
- Diskursen om kulturelitens forakt og arroganse
- Fordelings- og prioriteringsdiskurs
- Demokratisk diskurs
- Nasjonal diskurs
- Avsløringsdiskurs

Smak- og livsstilsdiskursen inkluderer omtaler som knytter kultureliten til grupper av mennesker, samt omtaler som handler om kulturelitens smak, yrke, utdanning, politiske preferanser, verdier, forbruksmønster, bosted og fritidssysler – altså *livsstil*.

Den andre diskurstypen, makt- og nettverksdiskursen, fremstiller kultureliten som en mektig gruppe, en gruppe som har makt i form av å være et lukket nettverk eller felt, med lite innsyn og med forbindelseslinjer til andre maktnettverk. Kultureliten har makt på kulturfeltet, definisjonsmakt, og makt i form av spalteplass og tilgang til mediene.

I den tredje formen for diskurs, diskursen om kulturelitens forakt og arroganse, inngår omtaler av kultureliten som smaksdommere og smakspoliti, og generelt som utøvere av forskjellige former for ovenfra-og-ned-holdninger. Gjennom denne diskursen fremstilles kultureliten som en gruppe som utøver forakt overfor folket og folkets favoritter.

Fordelings- og prioriteringsdiskursen omfatter omtaler av kultureliten som en gruppe som på forskjellig vis skaffer seg midler til å oppfylle sine ønsker og interesser, gjerne på bekostning av andre og svakere grupper i samfunnet.

Den demokratiske diskursen er preget av folkelighet. Gjennom denne diskursen fremstår kultureliten som forsvarere av det ekskluderende verdigrunnlag på kulturfeltet, og som en gruppe som hindrer kulturen å utvikle seg fritt.

Den sjette formen for diskurs som jeg har identifisert i konteksten rundt kulturelitebegrepet er en avsløringsdiskurs, en diskurs som handler om synliggjøring og avsløring av kulturfeltets symbolske makt. Denne diskursen griper inn i konstruksjonen av kulturelitebegrepet ved at kultureliten fremstilles enten som utøvere og beskyttere av denne symbolske makten, eller som en gruppe som ligger under for den symbolske makten.

Den sjuende og siste diskurstypen er en nasjonal diskurs. Denne diskursen innebærer et spesielt blikk på Norge og det norske samfunn, som preget av folkelighet og likhet som verdier og idealer, samt antiintellektualisme, mangel på respekt for kunnskap, dannelselse og smak. Gjennom denne typen diskurs, settes kulturelitetegnet i en form for opposisjonsforhold til Norge og det norske.

6.3 *Myten om kultureliten*

Kort sagt kan ”myten om kultureliten”, i en noe karikert form, oppsummeres på denne måten:

Kledd i svart høyhalser, dressjakke og bukse, med pistrete hestehale i nakken og hår i ansiktet, klamrer de seg til sine rødvingglass på Aschehougs hagefest, hvis de da ikke diskuterer høyverdige romaner og fransk nybølgefilm over et hummersmørbrød og en Chablis på Theaterkaféen, eller drikker caffè latte på Kunstnernes Hus. De er å finne på ymse premierer, eller i konserthuset med klippekort, eller de nipper lette viner på diverse galleri-åpninger.¹⁴⁷ De driver med høye ting: teater og opera, klassisk og tidkrevende kunst. Hver søndag kan man finne dem på maleriutstillinger der de går rundt og nikker ettertensomt.¹⁴⁸ Innenfor kultureliten kan du bruke det å ikke ha TV som en gest som betyr at du er interessert i mer høyverdige medier med mer prestisje - du kaster ikke bort tida på TV, du leser heller ei god bok.¹⁴⁹ Og når man omgås kultureliten, må man stadig oppdatere sine synonymmer og være á jour i fremmedordboken.¹⁵⁰ Kultureliten bygger nettverk, hvor de kan sole seg i glansen av hverandres kjendisstatus, og de reiser støtt og stadig rundt i landet for å treffe hverandre – på offentlige midler; mange av dem lever på en forhøyet trygd som de kaller offentlig støtte fordi de på en eller annen måte har fått noen til å tro at det de gjør innen kulturlivet er så viktig for samfunnet.¹⁵¹ Kultureliten er livredde for kulturell forflatning, marerittscenarioet som vil inntreffe dersom deres samboer, søsken eller barn ikke får offentlige midler til å lage kortfilm og smal lyrikk¹⁵². Derfor sørger de for hyggelige stipend til hverandre, slik at de kan sitte og drikke rødvin på Kunstnernes Hus. De slår om seg med skattebetalernes penger til kunstnere og kunstverker omtrent ingen vil kjøpe, og de har et sugerør ned i kommunekassen og bruker penger som fulle sjøfolk, noe de svakeste av

¹⁴⁷ Stavanger Aftenblad, 05.06.2003

¹⁴⁸ Bergens Tidende, 12.02.2005

¹⁴⁹ Dagbladet, 22.01.2006

¹⁵⁰ Aftenposten Aften, 18.09.1991

¹⁵¹ Bladet Tromsø, 22.03.2006

¹⁵² Dagbladet, 08.05.2004

de svake – eldre, barn og syke – får lide for.¹⁵³ De ugleser, hetser og forakter underholdningslitteratur, danseband, Idol, VG, Big Brother, Se og Hør og Grand Prix – de har en nedlatende holdning til det meste, og spesielt til det folk eller markedet liker. Kun de mediene som knapt har lesere, seere eller lyttere – Morgenbladet, Klassekampen, P2 og NRK2 – innrømmer kultureliten aller nådigst at holder mål.¹⁵⁴ Andre gjenstander for kulturelitens forakt er pakketurer til Syden, camping, Grandiosa og korpsmusikk, og vanlige folk generelt. De arrogante smaksdommerne i kultureliten mener selv at de vet bedre enn andre hva som er god eller dårlig kultur. Derfor vet de også best hvordan kulturmidler bør fordeles, og holder et klamt grep om norsk kulturliv. De vet nemlig å skille mellom høyt og lavt, harry og politisk korrekt, Oss og Dem, og med suveren forakt for folk flest har de ingen problemer med å stemple andres meninger om kultur som ”svada”. De høynesete forståsegpåerne i kultureliten har oppnevnt seg selv til smakspoliti, til samfunnets samvittighet og moralske yppersteprester. Fra skrivebordene i sine blendahvite hagebyer på Oslos vestkant, omringet av bristeferdige bokhyller, sender de varme kronikker om hvor viktig det er å få til bedre integrering.¹⁵⁵ Eller de deltar på støttemarkeringer hvor de drikker bøtter av vin, eter godt og lar seg intervjuer av ditto velfødde journalister.¹⁵⁶ De viser gjerne sosialt engasjement, ettersom det bidrar til å sikre deres egen samfunnsmessige status. De klager på overflodssamfunnet Norge, og trekker paralleller til sin siste reise i den tredje verden, der folk er lykkelige på tross av fattigdommen.¹⁵⁷ Kultureliten er venstreorientert; de stemmer SV eller RV, er skeptiske til pengefolket, forbrukskulturen og kommersialisering, og de forakter Fremskrittspartiet, skattelettelser, streng innvandringspolitikk og tøff kriminalpolitikk.

Generelt er kultureliten alt ”vanlige folk” ikke er.¹⁵⁸ Folket leser nemlig gjerne kiosklitteratur, VG og Se og Hør, de hører på danseband, ser på kanalen Fem, stemmer FrP og drar på campingtur eller på charterferie til Syden. De er kun å finne i Operaen hvis det settes opp

¹⁵³ Aftenposten Morgen, 12.03.1990, Fædrelandsvennen, 03.10.2005

¹⁵⁴ Dagsavisen Morgen, 17.01.2003

¹⁵⁵ Aftenposten A-magasinet, 21.09.2007, Dagbladet, 06.05.2006

¹⁵⁶ Klassekampen, 28.01.2005

¹⁵⁷ Dagbladet, 23.04.2005

¹⁵⁸ Dagbladet, 22.10.2006

operetter eller musicaler.¹⁵⁹ Folk flest elsker Grandiosa og ønsker seg materielle ting. De ikler seg filthatt og grilldress, ufikse boblejakker og har ukorrekt hårvekst i ansiktet.¹⁶⁰ Vanlige folk setter pris på det ordinære og folkelige, og ønsker seg en rik, variert og nyskapende kultur – breddekultur for folk flest. Folket har ikke annet enn bitterhet, skepsis og vrede til overs for kultureliten, som de føler er undertrykkende og jobber mot dem, ikke med dem, og underminerer deres selvtillit.¹⁶¹ Generelt føler de at ingen taler deres sak, at politikerne er snobbete og kulturfolket sært og uforståelig.¹⁶²

Både kultureliten og folket er tegn, mytiske konstruksjoner med et knippe konnotasjoner knyttet til seg, og de henter sin mening fra andre tegn. Disse to tegnene henter mye av sin mening fra sin forskjellighet fra hverandre, og et svært viktig aspekt ved konstruksjonen av kulturelitebegrepet er måten det plasseres tekstlig i forhold til tegn som folket, vanlige folk, folk flest, eller tegn assosiert med det folkelige, for eksempel Grandiosa, charterturer til Syden eller Fremskrittspartiet. Når kulturelitebegrepet settes inn i en folkelig, demokratisk diskurs, koker forholdet mellom folket og kultureliten ned til et binært opposisjonsforhold, der tegnet ”folket” er overordnet tegnet ”kulturelite”. Dette mytiske opposisjonsforholdet mellom kultureliten og folket bidrar til å gi kulturelitebegrepet retorisk og politisk potensial - fortellingen om *vanlige folk* er i følge Frønes (2001) svært populær i politikken, og det er en norsk grunnmytologi som sier at ”vanlige folk” er spontane, morsomme og ikke minst *ekte*.

I tillegg til dette opposisjonsforholdet mellom kultureliten og folket, kommer de andre negative konnotasjoner som kulturelitebegrepet har knyttet til seg – konnotasjoner som forakt, arroganse, snobbethet, og fremstillingen av kultureliten som en gruppe som i kraft av sin gode smak hever seg over andre, og i kraft av sin makt og sine posisjoner bruker andres penger til å oppfylle egne ønsker. Til sammen blir kulturelite et affektivt ladet ord, og dette gjør kultureliten velegnet som målskive for angrep av ymse slag. Kultureliten fungerer som ”stråmannsgruppe”. Stråmannbegrepet innebærer å lade et uttrykk med negativt innhold for deretter å benytte det som politisk virkemiddel. Fordelen med å konstruere en

¹⁵⁹ VG, 08.01.1996

¹⁶⁰ Klassekampen, 17.04.2007, Stavanger Aftenblad, 01.09.2003

¹⁶¹ Aftenposten Morgen, 10.07.2002

¹⁶² Dagbladet, 16.05.2007

stråmannsgruppe er at folk sjelden føler seg som en del av den. Dette stemmer godt med tendensen i mitt materiale – det forekommer ytterst sjelden at noen beskriver seg selv som en del av kultureliten. Når ingen føler seg truffet av et angrep, vil heller ingen forsvare seg mot det, og det blir stående uimotsagt.

6.4 Kulturelitens eksistens og Bourdieus relevans

Kulturelitebegrepet synes stadig å dukke opp i sentrum av det man kan kalle en kulturkrig, en diskursiv kamp om hva kunst og kultur skal være, hvem det skal være for, hvilke verdsettelseskriterier som skal gjelde og så videre. Det kulturelle felt er altså preget av vedvarende kamp mellom ulike verdigrunnlag eller diskurser, og i så måte griper både Bourdieus teorier om feltkamper og Solhjells teorier om de tre verdigrunnlag materialet godt. Når det stilles spørsmål ved om ikke bredde og popularitet bør telle med som kvalitetskriterier for et kulturelt uttrykk, som det gjør blant annet i debattene rundt Ragde og Ingulstads forfatterskap og i debatter rundt fordeling og tildeling av midler på kulturfeltet, er det et tegn på at folkelige verdsettelsesrepertoarer utfordrer doxa på det kulturelle feltet.

Innledningsvis i oppgaven presenterte jeg bidrag fra blant annet Skarpenes, Ytreberg, Henningsen og Vike. Bidragene gir en beskrivelse av Norge som et samfunn preget av folkelighet og egalitet, med svake eliter, og med et lavere makttyngdepunkt enn de fleste andre land. Med bakgrunn i denne beskrivelsen hevder Skarpenes og Ytreberg at Norge ikke uten videre kan underkastes en bourdieusk analyse, fordi det norske samfunn er forskjellig fra det franske, og at Norge ikke har noen kulturelite. Behandlingen kultureliten får i norske medier støtter opp under argumentet om at det er forskjell på norske og franske forhold – som jeg har vist dreier det seg her stort sett om alt annet enn respekt, ærbødighet og misunnelse for kulturelitens opphøyethet. Men kultureliten er et sosialt fenomen eller representasjon, og i så måte er i og for seg ikke poenget hvorvidt det i Norge faktisk eksisterer en kulturelite. Det er derimot helt tydelig at det eksisterer en diskursiv, medial kulturelite, en kulturelite som eksisterer i folk vokabular, kanskje uten at folk har noen

bestemt oppfatning av nøyaktig *hvem* denne gruppen består av. Begrepet benyttes med selvfølgelighet, stort sett uten videre spesifisering om hvem man prater om. Fenomenet kulturelite eksisterer altså i folks bevissthet, og har i så måte sosiale og retoriske konsekvenser, jamfør Thomas-teoremet: "If men defines situations as real, they are real in their consequences".

Det ser også ut til å være bred konsensus om hva som kjennetegner denne gruppa: Myten om kultureliten synes i stor grad å være bygd opp etter bourdieusk mønster, som en gruppe med en stor mengde kulturell kapital, som bruker sin smak og kulturelle kompetanse til å distingvere seg. Med tanke på Bourdieus teoriers relevans vil jeg derfor hevde at de har vist seg meget relevante for å analysere *diskursen*. Hvorvidt "kartet stemmer med terrenget", altså hvorvidt en slik gruppe faktisk eksisterer, er en annen sak – og det har det heller ikke vært min intensjon å finne ut av.

6.5 "Folkelighetshegemoniet"

Den femte av mine delproblemstillinger var å finne ut av hvorvidt bruken av kulturelitebegrepet kan fortelle noe om det norske samfunnet, om diskusjoner, verdier og normer når det gjelder smak og kultur. Måten kulturelitebegrepet fremstilles på i mitt materiale peker i retning av normer om folkelighet og likhet, normer for selvrepresentasjon: Man skal ikke hevde seg i kraft av sin smak eller kulturelle kompetanse, og man skal i hvert fall ikke dømme andres smak eller forsøke å prakke på andre sine smaksdommer. Det kan synes som om det i Norge eksisterer et slags "folkelighetshegemoni". Hegemoni er en form for kulturelt lederskap som utøves av en herskende klasse, hvor denne herskende klasses ideer vokser frem som normen. Diskurs og myter er viktige aspekter ved hegemoni, og bidrar i hegemoniske kamper om "sannhetsproduksjon" – kamper om å fremme og naturalisere et visst verdensbilde og en viss type representasjoner, om naturalisering av mening og signifikasjon (Fairclough 2003:45 og 218; Thwaites et al. 2002:69). Bourdieu hevder at den legitime estetiske disposisjon kommer til uttrykk i den kulturelle delen av den dominante klassen. Et viktig aspekt ved dette folkelighetshegemoniet er at den legitime smak ikke

befinner seg i kultureliten, men lavere i samfunnet – i folket. Folkelighet blir altså ikke bare en verdi, men en maktfaktor. Et slikt hegemoni holder normativt på plass de som forsøker å ”heve seg over hopen”. Dette hegemoniet kommer generelt til uttrykk i måten kultureliten omtales på, og mer spesielt i de karakteristikker som benyttes for eksempel om litteraturviteren Kjell Ivar Skjerdingsstad, som kritiserte Anne B. Ragdes forfatterskap, og ble omtalt som elitær akademiker og snobbete intellektuell, eller kunstviteren Widar Halén, som kritiserte Ari Behns påfuglservice, og fikk påskriften ”bedrevitende jålebukk”.

6.6 Politiske implikasjoner

Jeg nevnte innledningsvis at Henningsen (2001:126), Vike et al (2001:22-23) og Marsdal (2007:173 og 69) hevder at i Norge er folkelig et positivt ladet ord, og en politikers mulighet for suksess avhenger blant annet av hans eller hennes personlige evne til å fremstå som folkelig, til å nå frem til ”vanlige folk”. Marsdal mener at et viktig aspekt ved høyrepopulistenes appell til vanlige folk dreier seg om folkelighet: Mens venstresida generelt og Arbeiderpartiet spesielt har fjernet seg fra folket, klarer Fremskrittspartiet å fremstå som folkelige. Et viktig element i denne oppbygningen av FrP som et folkelig parti, er deres avstandstagen fra kultureliten. Kulturelitebegrepet er velegnet som retorisk virkemiddel, og det egner seg godt for den som ønsker å avlede oppmerksomheten fra økonomiske forhold og over på kulturelle, verdi- og smaksmessige. Magnus Marsdal påpeker i ”FrP-koden” (Marsdal 2007) og Thomas Frank i ”*What’s the Matter with America?*” (Frank 2006) at det er nettopp dette henholdsvis Fremskrittspartiet og Republikanerne gjør. Jeg kunne i denne oppgaven gjennomgående vært mer politisk eksplisitt. Med dette mener jeg at jeg kunne hevdet at kulturelitebegrepet er et stråmannsbegrep som kanskje ikke er funnet opp av, men som i hvert fall tjener en meget nyttig funksjon for Fremskrittspartiet. En opprinnelig tanke var å gjøre en opptelling og analyse på hvor ofte og på hvilken måte begrepet kulturelite benyttes av representanter for Fremskrittspartiet. Jeg kom imidlertid frem til at dette var lite fruktbart, ettersom det ville by på problemer å identifisere hvilke tekster som faktisk har avsendere som er representanter for Fremskrittspartiet. Jeg valgte derfor å satse bredere og på et mer overordnet plan. Når jeg ikke går lenger i å knytte kulturelitebegrepet til

Fremskrittspartiet, er det fordi jeg mener dette er for snevert. Tendensene til “demonisering” av kultureliten rekker videre enn dette, og inngår i det jeg kaller et ”folkelighetshegemoni”, som jeg beskrev i forrige avsnitt.

På det annen side vil det også være en forenkling å fullstendig overse Fremskrittspartiets økende oppslutning de senere årene (i skrivende stund) i en forklaring og kontekstualisering av funnene. Et kjennetegn ved feltkamper er at deres sjanse til å lykkes øker når de har støtte fra prosesser i det videre samfunn og den sosiale kontekst de vokser frem i.

Fremskrittspartiets økende oppslutning kan sees som et uttrykk for den samme tendens som de forsøkene på en ”demokratisering av smaksfeltet” jeg har beskrevet i oppgaven. Som jeg nevnte innledningsvis, hevder Magnus Marsdal i *FrP-koden* at høyrepopulister som Fremskrittspartiet er tjent med en nedtoning av klassespørsmål, altså spørsmål om for eksempel økonomi og arbeiderrettigheter, til fordel for verdispørsmål, fordi deres arbeiderklassevelgere ofte er venstreorienterte i klassespørsmål, mens de er høyreorienterte i verdispørsmål. Kulturelitebegrepet, slik det fremstår i mitt materiale, kan tjene som nyttig virkemiddel i så henseende, i den forstand at det flytter fokus fra spørsmål om økonomi til spørsmål om smak, kultur og verdier. Som flere samfunnsdebattanter – blant annet Cathrine Sandnes – ¹⁶³ har påpekt, synes det i Norge å være langt større aksept for ulikhet på det første feltet enn på det andre; den økonomiske eliten har mindre problemer med å legitimere sin makt og sin posisjon enn kultureliten. Denne forskjellen mellom økonomisk og kulturell makt er et aspekt det ville være interessant å undersøke nærmere.

¹⁶³ F. eks. i Dagbladet, 18.04.2009

Litteratur

- Abercrombie, Nicholas, Hill, Stephen , & Turner, Bryan S. (2000), *The Penguin Dictionary of Sociology*. London: Penguin Books
- Barthes, Roland (2000), *Mythologies*. London: Vintage
- Bourdieu, Pierre (1986), "The Forms of Capital". I J. G. Richardson (red.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (s. 241-258). New York: Greenwood Press
- Bourdieu, Pierre (1990), *The logic of practice*. Oxford: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (1991), *Kultur och kritik: anföranden av Pierre Bourdieu*. Göteborg: Daidalos
- Bourdieu, Pierre (1995), *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre (1996a), "De symbolske goders økonomi", *Symbolsk makt* (s. 78-111). Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre (1996b), "Om symbolsk makt", *Symbolsk makt* (s. 38-47). Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre (2000), *Konstens regler: det litterära fältets oppkomst og struktur*. Stockholm: Symposion
- Bourdieu, Pierre (2002), "Cultural Power". I L. Spillman (red.), *Cultural Sociology* (s. 69-76). Malden, Massachusetts: Blackwell
- Fairclough, Norman (2003), *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge
- Frank, Thomas (2006), *What's the matter with America? The resistible rise of the American right*. London: Vintage
- Frønes, Ivar (2001), "Fortellingenes tid - i begynnelsen var ikke ordet, men fortellingen". *ISCO Group Communication*, 1/01
- Gramsci, Antonio, & Rosengarten, Frank (1994), *Letters from prison*. New York: Columbia University Press
- Gripsrud, Jostein (2002), *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget

- Gullestad, Marianne (2001), "Likhetens grenser". I M. E. Lien, H. Lidén & H. Vike (red.), *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge* (s. 32-67). Oslo: Universitetsforlaget
- Hall, Stuart (1997), *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage in association with Open University
- Henningsen, Erik (2001), "Selvforvaltningens dilemmaer". I M. Lien, H. Lidén & H. Vike (red.), *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge* (s. 110-131). Oslo: Universitetsforlaget
- Heradstveit, Daniel, & Bjørge, Tore (1987), *Politisk kommunikasjon: introduksjon til semiotikk og retorikk*. Oslo: TANO
- Jacobsen, Eivind (2004), "The Rhetorics of Food: Food as Nature, Commodity and Culture". I M. E. Lien & B. Nerlich (red.), *The Politics of Food* (s. 59-78). Oxford: Berg
- Jørgensen, Marianne Winther, & Phillips, Louise (1999), *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag
- Marsdal, Magnus Engen (2007), *Frp-koden: hemmeligheten bak Fremskrittspartiets suksess*. Oslo: Manifest
- Phillips, Nelson, & Hardy, Cynthia (2002), *Discourse analysis: investigating processes of social construction*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications
- Potter, Jonathan (1996), *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage
- Richardson, John E. (2007), *Analysing newspapers: an approach from critical discourse analysis*. Houndmills: Palgrave/Macmillan
- Rommetveit, Ragnar (2003), *Språk, tanke og kommunikasjon: ei innføring i språkpsykologi og psykolingvistikk*. Oslo: Universitetsforl.
- Schinkel, Willem, & Tacq, Jacques (2004), The Saussurean Influence in Pierre Bourdieu's Relational Sociology. *International Sociology*, 19, 51-70
- Silverman, David (2006), *Interpreting qualitative data: methods for analyzing talk, text and interaction*. London: Sage
- Skarpenes, Ove (2007), "Den "legitime" kulturens moralske forankring". *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 4, 66-98
- Skog, Ole-Jørgen (2005), *Å forklare sosiale fenomener: En regresjonsbasert tilnærming*. Oslo: Gyldendal akademisk

Skogen, Ketil, Stefansen, Kari, Krange, Olve, & Strandbu, Åse (2008), "En pussig utlegning av middelklassens selvforståelse. En kommentar til Ove Skarpenes". *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 2, 259-264

Solhjell, Dag (2001), *Formidler og formidlet: en teori om kunstformidlingens praksis*. Oslo: Universitetsforlaget

Thwaites, Tony, Davis, Lloyd, & Mules, Warwick (2002), *Introducing cultural and media studies: a semiotic approach*. Houndmills: Palgrave

Vike, Halvard, Hilde, Lidén, & Lien, Marianne (2001), "Likhetens virkeligheter". I M. Lien, L. Hilde & H. Vike (red.), *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge* (s. 11-31). Oslo: Universitetsforlaget

Widerberg, Karin (2005), *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Oslo: Universitetsforlaget

Winther Jørgensen, Marianne, & Phillips, Louise (1999), *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag

Ytreberg, Espen (2004), "Norge: Mektig middelkultur". *Samtiden*, 3-2004, 6-16

***Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt.
Antall ord i denne oppgaven er 30224***

Vedlegg 1: Liste over avisartikler

| Avis/dato | Tittel |
|-------------------------------------|--|
| Adresseavisen Morgen, 13.05.2000 | GP hatet? Av hvem da? |
| Adresseavisen Morgen, 17.08.2001 | Flamenco for dronningen |
| Adresseavisen, 20.04.2007 | FrP-koden er ikke løst |
| Adresseavisen, 12.05.2007 | Hurra for Syden og Grandiosa! |
| Adresseavisen, 08.09.2007 | Ragde-dödaren |
| Adresseavisen, 27.12.2007 | Øl eller hornmusikk? |
| Aftenposten Aften, 21.09.1989 | En mesén i Hamburg |
| Aftenposten Aften, 18.09.1991 | Impressive signaler |
| Aftenposten Aften, 21.09.2000 | Fr.P. og operaen |
| Aftenposten A-magasinet, 01.09.2007 | I full offentlighet |
| Aftenposten Morgen, 25.10.1986 | Har aviser sjel? |
| Aftenposten Morgen, 20.03.1989 | Rushdiesaken - Er det en høysang til det frie ord? |
| Aftenposten Morgen, 12.03.1990 | Kulturmotsetninger i Fr.p. |
| Aftenposten Morgen, 10.07.2002 | Kitsch-kongen kommer igjen og igjen |
| Aftenposten Morgen, 10.11.2006 | Kvotering av mangfold er dumt |
| Aftenposten Morgen, 26.07.2006 | Avliver eliten - Smaksdommerens dager er talte |
| Aftenposten Morgen, 24.12.2007 | -Forleden diskuterte jeg eliteproblematikk... |
| Agderposten, 13.10.2007 | Meningsbæreren |
| Agderposten, 29.11.2007 | Til kamp mot kultureliten |
| Aftenposten, 31.12.2007 | 2007: Se og Hør, hunder og folk flest |
| Bergens Tidende Morgen, 16.09.1998 | Sammen mot Disney |
| Bergens Tidende Morgen, 06.07.2001 | Big Brother vs heftig og begeistret |
| Bergens Tidende Morgen, 19.01.2002 | Er Big Brother og Berlevåg av samme ullen? |
| Bergens Tidende Morgen, 22.02.2004 | Kulturkollisjon |
| Bergens Tidende, 12.02.2005 | Sist eg møtte Konrad |
| Bergens Tidende, 14.05.2007 | Arbeidarens nye vener |
| Bergens Tidende, 05.01.2008 | Elitedebatt |
| Bladet Tromsø, 22.03.2006 | Kamerat Hansen tar feil |
| Dagbladet, 09.09.1996 | Det ureine kulturlivet |
| Dagbladet, 01.12.2002 | Kultur i svart-hvitt |
| Dagbladet, 14.09.2003 | Partiene får kjendisstøtte |
| Dagbladet, 24.10.2003 | For mye dumt USA-hat |
| Dagbladet, 14.02.2004 | Bourdieu's modell |
| Dagbladet, 08.05.2004 | God dag |
| Dagbladet, 26.02.2005 | Kreditorer |
| Dagbladet, 22.01.2006 | TV-liv |
| Dagbladet, 02.04.2006 | Den evige bydelen |
| Dagbladet, 06.05.2006 | Hvor folkelig er Carl? |
| Dagbladet, 24.01.2007 | Hvem er Frid Ingulstad? |
| Dagbladet, 23.04.2005 | Turbosjefen |
| Dagbladet, 16.05.2007 | Spyl og kast |

| | |
|--------------------------------------|--|
| Dagbladet, 29.05.2007 | Skal bli større enn Andy Warhol |
| Dagbladet, 30.05.2007 | Kulturrådet og folks penger |
| Dagbladet, 09.06.2007 | Kulturell valgfrihet |
| Dagbladet, 27.06.2007 | Smak og ubehag |
| Dagbladet, 07.08.2005 | Vil avsløre elitens makt |
| Dagbladet, 22.08.2001 | Kulturvalget: Nok er nok |
| Dagbladet, 14.09.2005 | Kulturelitismen avslører seg |
| Dagbladet, 22.10.2006 | Alt kultureliten ikke er |
| Dagbladet, 20.11.2007 | «Når Schulerud finner Arne Jacobsen-stoler i åtte av ti hjem, lever hun - ikke i Norge, knapt nok i Oslo.» |
| Dagbladet, 10.12.2007 | Landet slår sprekker |
| Dagbladet, 15.12.2007 | -Norge trenger en kulturelite |
| Dagbladet, 15.12.2007 | Nedover-snobbene |
| Dagbladet, 16.12.2007 | Lattermild elitedebatt |
| Dagbladet, 18.12.2007 | Kan Faldbakken lese? |
| Dagbladet, 19.12.2007 | - Eliten må skitne til hendene sine |
| Dagbladet, 21.12.2007 | Elitenes elendighet |
| Dagbladet, 28.12.2007 | En smakssak |
| Dagbladet, 30.12.2007 | Hva er kultureliten? |
| Dagbladet, 04.01.2008 | Faldbakken som skoleeksempel |
| Dagbladet, 05.01.2008 | Elite eller klasse? |
| Dagbladet, 09.04.2008 | Rotasjon i egen navlelo |
| Dagbladet, 18.04.2009 | Eliteserien |
| Dagens Næringsliv Morgen, 06.07.2002 | Turbokapitalisten |
| Dagens Næringsliv Morgen, 09.09.2006 | Museum, ikke mausoleum |
| Dagens Næringsliv Morgen, 18.12.2006 | Nye planer i Bjørvika |
| Dagens Næringsliv Morgen, 26.05.2007 | Maler med bred pensel |
| Dagens Næringsliv Morgen, 15.12.2007 | Nye instruksjoner |
| Dagens Næringsliv Morgen, 11.01.2008 | Kulturnytt på nytt |
| Dagsavisen, 17.01.2003 | Den vanskelige kulturjournalistikken |
| Dagsavisen, 17.12.2003 | Kulturpolitikere blottet for visjoner |
| Dagsavisen, 19.05.2003 | Dagsavisen for Ap-eliten |
| Dagsavisen, 10.09.2003 | Kulturvalget 2003 - dette vil politikerne satse på |
| Dagsavisen, 27.08.2004 | Så var bokhøsten åpnet |
| Dagsavisen, 28.04.2007 | Han vet best |
| Dagsavisen, 19.12.2007 | Elite for folk flest |
| Fædrelandsvennen, 30.09.2005 | Protestfestivalen vil på statsbusjettet |
| Fædrelandsvennen, 03.10.2005 | Kultur – velferd eller gjenferd? |
| Fædrelandsvennen, 27.03.2007 | Eldreomsorg og Kilden |
| Fædrelandsvennen, 27.07.2007 | Frykter kulturelite |
| Fædrelandsvennen, 06.08.2007 | Næringsutvikling på ville veier |
| Fædrelandsvennen, 28.12.2007 | Dyrk kunnskapens tre |
| Fædrelandsvennen, 26.01.2008 | Hvor var avisen? |

| | |
|---------------------------------------|---|
| Klassekampen Morgen, 11.11.2002 | Forsker med forakt |
| Klassekampen Morgen, 01.09.2004 | Kjøpefestens forfallsprofeter |
| Klassekampen, 28.01.2005 | Hva om bølgen aldri kom? |
| Klassekampen, 02.09.2005 | Kulturkrigen kommer |
| Klassekampen, 02.09.2005 | Skamløs lesing |
| Klassekampen, 30.03.2007 | Tangen på tiltalebenken |
| Klassekampen, 17.04.2007 | Hissig om forbruk |
| Nordlys Morgen, 13.03.1990 | Asterix |
| Nordlys Morgen, 30.06.1998 | Søkelys F.nes |
| Nordlys, 11.01.2008 | Mannen |
| NTBtekst, 12.07.1993 | Produktiv Lerum fra Sogndal med kvinneroman |
| NTBtekst, 04.05.1999 | Hoem vil lage folketeater |
| NTBtekst, 29.08.2003 | Ap og SV mener Valgerd mangler visjoner |
| NTBtekst, 22.07.2004 | -Forbruk er et verktøy for makt i samfunnet |
| Stavanger Aftenblad, 05.06.2003 | Sparekniv mot de svakeste barna |
| Stavanger Aftenblad, 01.09.2003 | Dinosauren folket rører på seg |
| Stavanger Aftenblad, 29.09.2003 | Kommunale foretak |
| Stavanger Aftenblad, 13.04.2005 | Hvorfor bare to kuler? |
| Stavanger Aftenblad, 31.01.2006 | Babbling om kunst |
| Stavanger Aftenblad, 09.12.2006 | Hvor ble kunsten av? |
| Stavanger Aftenblad, 28.04.2007 | -Stavanger best på samarbeid |
| Troms Folkeblad, 29.11.2004 | Utbrent FiF tas ikke på alvor |
| VG, 08.01.1996 | Si det i VG |
| VG, 14.09.1997 | Partilederne: Slik står de i forhold til sine velgere |
| VG, 14.06.2006 | Kultur for folk flest |
| VG, 12.05.2006 | Kultur for folk flest |
| VG, 18.04.2007 | Dette er FrPs nyttige idioter |
| VG, 11.05.2007 | Kolbergs propagandaskole |
| VG, 15.09.2007 | Portrettet – Tore Strømøy |
| VG, 18.11.2007 | Lukker vennekretsen |
| Økonomisk Rapport Magasin, 30.05.2001 | Kampanje mot Kleppe |

Vedlegg 2: Oversikt over omtaler, etter tiår, med prosentuering

| TYPE OMTALE | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| | Antall | % | Antall | % | Antall | % |
| Tidligere tiders/litterær/utenlandsk kulturelite | 13 | 28,9 | 87 | 32,1 | 202 | 14,4 |
| Publikum, klientell, til stede på arrangementer | 11 | 24,4 | 46 | 17,0 | 180 | 12,8 |
| Omtaler om kultureliten i forhold til folket | 6 | 13,3 | 28 | 10,3 | 42 | 3,0 |
| Omtaler om kulturelitens verdier, interesser, engasjement, politiske preferanser | 4 | 8,9 | 27 | 10,0 | 104 | 7,4 |
| Omtaler knyttet til grupper (f. eks. akademikere, kunstnere) | 3 | 6,7 | 22 | 8,1 | 101 | 7,2 |
| Omtaler om kultureliten som mektig | 3 | 6,7 | - | - | 91 | 6,5 |
| Annen omtale, negativ | 2 | 4,4 | 16 | 5,9 | 132 | 9,4 |
| Omtaler om kulturelitens smak, bosted, mediebruk, ferievaner | 1 | 2,2 | 7 | 2,6 | 74 | 5,3 |
| Omtaler om kulturelitens forakt/ovenfra-og-ned-holdninger | 1 | 2,2 | 26 | 9,6 | 208 | 14,8 |
| Kultureliten er liten, svak, smal, snever, finnes ikke | 1 | 2,2 | 1 | 0,4 | 43 | 3,0 |
| Kultureliten bruker skattebetalernes penger på noe et lite mindretall ønsker | - | - | 5 | 1,9 | 32 | 2,3 |
| Fornektelse av tilhørighet i kultureliten | - | - | 2 | 0,7 | 9 | 0,6 |
| Kultureliten er ønsket, nødvendig | - | - | 2 | 0,7 | 23 | 1,6 |
| Kultureliten er uønsket, unødvendig | - | - | 1 | 0,4 | 4 | 0,3 |
| Annen omtale | - | - | 1 | 0,4 | 160 | 11,4 |
| Erklæringer om tilhørighet i kultureliten | - | - | - | - | 2 | 0,1 |
| Totalt | 45 | 100 | 271 | 100 | 1407 | 100 |

Vedlegg 3: Detaljert oversikt over omtaler, etter tiår

| TYPE OMTALE | 1980- tallet | 1990- tallet | 2000- tallet |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Tidligere tiders/utenlandsk/litterær kulturelite | 13 | 87 | 202 |
| Klientell/publikum/deltakere, på åpninger, festspill etc. | 11 | 46 | 180 |
| Hvem er kultureliten? | | | |
| Utøvende kunstnere, forfattere, musikere etc. | 2 | 10 | 54 |
| Akademikere, utdannede, intellektuelle | 1 | 2 | 24 |
| Kulturforvaltning/kulturpolitikere/beslutningstakere | - | 10 | 13 |
| Folk høyt i kulturproduksjonssystemet, eks. forlags- og teatersjefer | - | - | 11 |
| Kretsen rundt Ari & Märtha | - | - | 11 |
| Venner av Trond Giske | - | - | 6 |
| Journalister | - | - | 3 |
| Vennekretsen til Knut Olav Åmås | - | - | 2 |
| Omtaler om kulturelitens smak og livsstil | | | |
| Middel-/overklasse, gode liv, inntekt, posisjoner | - | - | 6 |
| Oslo/sørnorge/urban | 1 | 3 | 26 |
| Bor i villaveier under Åsen/Oslo Vest/blendahvite hagebyer | - | - | 5 |
| Den unge kultureliten: Bor på Grünerløkka | - | - | 1 |
| Ønsker kultur-/konserthus og opera | - | - | 4 |
| Høyverdige/smale kulturuttrykk/høykultur/klassisk, tidkrevende kunst | - | 16 | 2 |
| Opptatt av kunst og design som statussymboler | - | 3 | - |
| Interessert i kulturstoff i aviser og TV | - | - | 3 |
| Ferie: Toscana og Bourdeaux | - | - | 1 |
| Går på ski | - | - | 3 |
| Spiser sushi, oliven, fisk og annen "spennende" mat | - | - | 1 |
| Drikker rødvin | - | 1 | 7 |
| Smale medieprodukter: P2, NRK2, Morgenbladet, Klassekampen, Samtiden og Dagbladet, spes. Magasinet, Dagsnytt 18, jazz | - | 3 | 14 |
| Pistrete hestehale | - | - | 1 |
| Svartkledd | - | - | 3 |
| Cordfløyel, høyhalser og velgatte sko | - | - | 2 |
| Høyhalser, svart jakke og bukse, skjegg | - | - | 1 |

| | | | |
|--|---|----|-----|
| Omtaler om kulturelitens holdninger og verdier | | | |
| Mot/negativ til kommersialisering/market/forbruk og pengefolket | - | 1 | 9 |
| Opptatt av status, karriere, posisjon, popularitet, prestisje, av å kjenne folk | - | - | 5 |
| Redd for intellektuell og kulturell forflatning & plastikkultur | - | - | 4 |
| Opptatt av skikk & bruk og dannelsen | - | 2 | - |
| Mye åndelig/kulturell kapital | - | - | 3 |
| Liberal/åpen | - | - | 2 |
| Setter pris på ideer, entusiasme og arbeidskraft, folk som utfordrer patriarkalske og autoritære tenkemåter (eks. Protestfestivalen, Salman Rushdie) | - | 2 | 3 |
| Engasjert i kultur, landskap og språkpolitikk/saker | - | 15 | 42 |
| Skriver støttebrev/protestskriv | 1 | - | 4 |
| Omtaler om kulturelitens politiske preferanser | | | |
| Venstresida/venstreorienterte, Nei til EU, skeptisk til NATO og krigføring i Afghanistan, USA-kritiske, pasifisme | - | 3 | 35 |
| Omtaler om kulturelitens makt og nettverk | | | |
| Har makt, dominans (definisjons-, symbolsk makt, setter dagsorden) | - | 1 | 14 |
| Lukket nettverk/felt, egne regler | - | - | 31 |
| Forbindelseslinjer med økonomisk, forskning, politisk, media, næringslivseliter | 1 | - | 17 |
| Styrer til dels hva som får oppmerksomhet, skygger for andre stemmer, dominerer mediene/offentligheten | 1 | - | 14 |
| Styrer/kontrollerer norsk kulturliv, bevilgninger/offentlige midler | 1 | - | 15 |
| Omtaler om kulturelitens ovenfra-og-ned-holdninger | | | |
| Arrogante, snobbete, elitistiske, undertrykkende, ser ned på/trækker på/mener de er bedre enn/utøver forakt overfor folk flest | 1 | 7 | 107 |
| Negative til/ser ned på/fordømmer "folkefavoritter" | - | - | 66 |
| Kan og vet best på smaks- og kulturfeltet, smaksdommere, voktere av den gode smak | 1 | 19 | 21 |
| Opptatt av å distingvere seg/negativ til bestsellere/det markedet liker | - | - | 14 |
| Omtaler om forholdet mellom folket og kultureliten | | | |
| Folk hater/misliker/er sinte på kultureliten | - | - | 7 |
| Folket hører ikke på kultureliten | - | - | 2 |
| Folket og kultureliten er atskilt, har forskjellig smak/interesser | 4 | 4 | 13 |
| Om kulturprodukt: "Ikke bare for kultureliten", "dette liker også kultureliten" | 2 | 8 | 20 |
| Omtaler om kulturelitens eksistens/utbredelse | | | |
| Liten, svak, smal, snever | 1 | 1 | 27 |
| Vag idé/finnes ikke | - | - | 16 |
| Omtaler om holdninger til kultureliten | | | |
| Mediene er preget av kulturelitehat | - | - | 1 |
| Er et skjellsord, noe man bør ta avstand fra | - | - | 4 |

| | | | |
|--|-----------|------------|-------------|
| "Kultureliten og jeg" | | | |
| Jeg tilhører ikke kultureliten/ønsker ikke tilhøre den/føler meg fremmed overfor den | - | 2 | 9 |
| Jeg forakter kultureliten/ønsker ikke kulturelite | - | - | 4 |
| Jeg tilhører den kanskje, men... | - | - | 4 |
| Ja, jeg tilhører kultureliten | - | - | 2 |
| Trenger vi en kulturelite? | | | |
| Forsvar/ja, vi trenger kultureliten/de har oppgaver å ivareta | - | - | 23 |
| Nei, vi trenger ingen kulturelite/kultureliten bør avskaffes | - | - | 4 |
| Omtaler om FrP og kultureliten | | | |
| FrP har utnevnt kultureliten til hovedmotstander, skapt et skille folk flest/kulturelite som de vinner på | - | - | 30 |
| Kultureliten tar til orde mot og mystifiserer FrP | - | - | 3 |
| Sjokkert over FrPs innvandrings og kulturpolitikk | - | - | 2 |
| Andre beskrivelser av kultureliten | | | |
| Kultureliten tar feil/misforstår (Eks. feilslått arroganse overfor FrP, rammer de svakeste når de angriper kommersiell virksomhet) | - | - | 34 |
| Virkelighetsfjerne, mangel på allmenndannelse, lite kontakt med omverden, i elfenbenstårn | - | - | 18 |
| Passive, uten visjon | 1 | 9 | 5 |
| Oppfordringer/etterlysninger til kulturteliten (Eks. til å engasjere seg i byutvikling, skape entusiasme rundt konserthus) | - | - | 10 |
| Konservativ/etablert/borgerlig/reaksjonær | - | - | 20 |
| Snylter/sløser, tar/får/bruker penger til smale formål som burde vært brukt til noe annet (f. eks. eldreomsorg, helse) | - | 5 | 32 |
| Naivitet/kulturrelativisme | - | 3 | 11 |
| Venstrepopulisme/popvenstre (påklistret sosialt engasjement, handler om å skaffe status og prestisje) | - | - | 4 |
| Fordomsfulle, lukket, sneversynte | 1 | - | 5 |
| Generelt negativ omtale | - | 4 | 47 |
| Diverse omtaler | - | 2 | 66 |
| TOTALT ANTALL OMTALER | 45 | 271 | 1407 |

Vedlegg 4: Tabell over forventede verdier

Forholdet mellom observerte og forventede verdier

| | 1980-tallet | | 1990-tallet | | 2000-tallet | | Alle tiår |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-----------|
| | Obs. | Forv. | Obs. | Forv. | Obs. | Forv. | |
| Omtaler som ikke inngår i diskursene | 20 | 18,7521764 | 134 | 112,929774 | 564 | 586,31805 | 718 |
| Smak, verdi, livsstilsdiskurs | 22 | 16,7150319 | 106 | 100,661637 | 512 | 522,623331 | 640 |
| Diskursen om kulturelitens forakt og arroganse | 2 | 6,16366802 | 26 | 37,1189785 | 208 | 192,717353 | 236 |
| Makt- og nettverksdiskurs | 1 | 2,40278584 | 0 | 14,4701103 | 91 | 75,1271039 | 92 |
| Fordeling- og prioriteringsdiskurs | 0 | 0,96633778 | 5 | 5,81950087 | 32 | 30,2141613 | 37 |
| Totalt antall omtaler | 45 | | 271 | | 1407 | | 1723 |